Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.), Basel

Redaktion: Dr. W. Ruf

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Erscheint wöchentlich - Basel, den 4. Oktober 1947 - 47. Jahrgang - Nr. 40

Der Stand der Kleinhandelspreise in den Schweizer Städten am 1. September 1947

Im Gegensatz zu der im Juni dieses Jahres in Erscheinung getretenen Unsicherheit in der Gestaltung der Börsenpreise zeigt sich heute die Welthandelslage wieder ausgesprochen im Zeichen eines starken Preisauftriebes, welcher, wenigstens was die Nahrungsmittelmärkte betrifft, als Folge eines regelrechten Kauffiebers anzusehen ist. Die Gründe zu dieser überaus lebhaften Nachfrage liegen noch immer in der allgemeinen Mangellage, welche seit Abschluss des zweiten Weltkrieges, zufolge Produktionsausfall und Missernten einerseits und Bevölkerungsvermehrung anderseits, unvermindert anhält. Ein sprechendes Zeugnis für die gegenwärtige Weltmarktstimmung bilden die binnen Vierteljahresfrist auf den heute allgemein massgeblichen amerikanischen Märkten neuerdings notierten Preiserhöhungen der im Zusammenhang mit unserer Betrachtung wichtigen Produkte:

	3. März 1947	2. Juni 1947	1. Sept. 1947
Weizen (Chic., nächst. Term.)	259	225 ½	255 ½
Mais (Chic., nächster Termin)	157 3/8	178 ¾	244 ½
Hafer (Chic., nächst. Termin)	87 ¾	90 ¾	112
Gerste (Chic., nächst. Term.)	130	136 ½	172
Kaffee, Santos «D» (New-York, disponibel)	29.25	26.25	28.37½
Zucker, Zentrif. Kuba (New-York, disponibel)	6.12½	6.12½	6.32
Kakao (New-York, disp.)	28.25	28.—	31.75
Schmalz (Chic., nächst. Term.)	30.—	21.35	17.77½
Petroleum, Kerosene, Water White, Export (New-York)	5 7/8	6 15/16	8.—

Demnach haben am 1. September 1947 alle angeführten Erzeugnisse an der erwähnten Preissteigerung Anteil. Ausgenommen davon ist das Schmalz, welches aber inzwischen vom allgemeinen Preisauftrieb ebenfalls mitgerissen worden ist. Mit besonderer Schärfe wirkte sich die Kauflust bei Weizen, Mais und Gerste, etwas weniger stark bei den übrigen Produkten aus. *Die Tendenz an der Börse ist somit eindeutig steigend.* Im Gegensatz zur jüngsten Weltmarktstimmung entbehrt die Gestaltung der Kleinhandelspreise in den Schweizer Städten in der Zeit vom 1. Juni bis 1. September 1947 einer klaren und einheitlichen Entwicklungslinie. Vielmehr hat es den Anschein, dass die Unsicherheit, welche vor Vierteljahresfrist Kennzeichen der Börsenstimmung war, sich nunmehr — wenigstens in gewissem Masse — auf das Preisgefüge unseres Kleinhandels übertragen habe. Jedenfalls kann von einer allgemeinen Preissteigerung nicht die Rede sein. Wenn auch in einzelnen Positionen Erhöhungen eingetreten sind, so bleibt deren Ausmass auf einen verhältnismässig bescheidenen Rahmen beschränkt. Die neueste Entwicklung der Welthandelspreise hat sich also noch nicht oder doch bloss in einem durch die Binnenmarktverhältnisse sehr gedämpften Masse auf die Preise des schweizerischen Kleinhandels auszuwirken vermocht. Daraus geht hervor, dass mit einer weiteren Angleichung der beiden erwähnten Preisebenen doch für die nächste Zukunft gerechnet werden muss. Zu einem «Auf» in der Preisbewegung der kommenden Monate dürften ferner die erfolgten und noch bevorstehenden Preiserhöhungen auf landwirtschaftlichen Inlandprodukten beitragen, wenigstens insoweit, als sie von den Konsumenten zu tragen sein werden.

Ein Vergleich der Kleinhandelspreise der schweizerischen städtischen Konsumvereine am 1. September 1947 mit denjenigen vom 1. Juni d. J. ergibt folgendes Bild: Vom Total der 1353 eingegangenen Preisangaben verzeichnen deren 205 ein Plus, deren 149 ein Minus. Bei den errechneten 49 Landesdurchschnittspreisen führt dies zu 14 Erhöhungen und 18 Senkungen. Die an sich paradoxe Erscheinung, dass aus einem Mehr an Aufschlägen ein Ueberwiegen der Abschläge und umgekehrt resultiert, erklärt sich aus der Art und Weise der Durchschnittspreisberechnung. Hiebei fällt nämlich den einzelnen Preisangaben, die uns die Konsumvereine zustellen, soviel Gewicht zu, als die berichtende Genossenschaft Mitglieder zählt. Preisänderungen in kleinen Vereinen spielen deshalb für die Beeinflussung des Landesdurchschnittspreises eine geringere Rolle als Auf- und Abschläge in grossen Genossenschaften. Anderseits findet natürlich auch das Ausmass der vorgenommenen Preisverschiebung im errechneten Durchschnittspreis seinen Niederschlag. Grössere Veränderungen wiegen mehr, kleinere weniger.

In unserem konkreten Falle wurden erhebliche Preisabschläge hauptsächlich von einer grossen Genossenschaft durchgeführt. Dies hat zur Folge, dass

Durchschnittspreise

Artikel	Einheit	Preis am 1. Sept. 1939	Preis am 1. Juni 1947	Preis am 1. Sept. 1947	Veränderung am 1. Sept. 1947 gegenüber dem 1. September 1939	Veränderung am 1. Sept. 1947 gegenüber dem 1. Juni 1947
		Rp.	Rp.	Rp.	%	%
Butter, Koch-	kg	443	884	884	+ 99,5	—
Butter, Tafel- (Zentrifugen), in Mengen unter 1 kg	"	503	925	925	+ 83,0	—
Käse, Ia Emmentaler oder Greyerzer	"	293	491	491	+ 67,6	—
Milch, Voll-, im Laden abgeholt	Liter	33	44	44	+ 33,3	—
Fett, Kokosnuss-, in Tafeln	kg	157	298	298	+ 89,8	—
Fett, Koch-, billigste Qualität	"	180	368	368	+ 104,1	—
Fett, Schweine-, importiertes	"	227	435	446	+ 96,5	+ 2,5
Fett, Schweine-, einheimisches	"	220	441	443	+ 101,4	+ 0,5
Oel, Speise-	Liter	150	287	286	+ 90,7	— 0,3
Brot, Halbweiss-	kg	44	70	70	+ 59,1	—
Brot, Ruch-	"	37	47	47	+ 27,0	—
Mehl, Halbweiss-	"	41	84	84	+ 104,9	—
Mehl, Weiss-	"	46	160	160	+ 247,8	—
Weizengriess	"	41	149	149	+ 263,4	—
Maisgriess, zu Kochzwecken	"	34	71	71	+ 108,8	—
Gerste, Roll-	"	50	96	95	+ 90,0	— 1,0
Haferflocken, offene	"	48	96	96	+ 100,0	—
Hafergrütze, offene	"	54	109	108	+ 100,0	— 0,9
Teigwaren, billigste Qualität, offene	"	59	90	89	+ 50,8	— 1,1
Bohnen, weisse, Ia	"	48	141	141	+ 193,8	—
Erbsen, gelbe, ganze, Ia	"	60	145	144	+ 140,0	— 0,7
Linsen	"	74	141	141	+ 90,5	—
Reis	"	50	133	189	+ 278,0	+ 42,1
Fleisch, Mittelpreis zwischen I. und II. Qualität						
Fleisch, Kalb-, gewöhnl. Braten-, mit Knochen	"	350	838	848	+ 142,3	+ 1,2
Fleisch, Rind-, gewöhnl. Braten- und Siede-, mit Knochen	"	279	509	512	+ 83,5	+ 0,6
Fleisch, Schaf-, gewöhnl. Braten- u. Siede-, mit Knochen	"	315	792	791	+ 151,1	— 0,1
Fleisch, Schweine-, frisches, mageres, mit Knochen	"	349	707	768	+ 120,1	+ 8,6
Speck, einheimischer, geräuchert, magerer	"	389	917	918	+ 136,0	+ 0,1
Eier, Import-	Stück	12	30	32	+ 166,7	+ 6,7
Kartoffeln, im Detail	kg	22	47	37	+ 68,2	— 21,3
Kartoffeln, migros, sackweise	"	20	40	31	+ 55,0	— 22,5
Honig, einheimischer, offener	"	430	773	772	+ 79,5	— 0,1
Zucker, Kristall-, weisser	"	54	120	120	+ 122,2	—
Schokolade, Menage	"	225	402	401	+ 78,2	— 0,2
Schokolade, Milch-, billigste Qualität, in Tafeln	"	258	360	362	+ 40,3	+ 0,6
Sauerkraut	"	44	69	66	+ 50,0	— 4,3
Zwetschgen, gedörrte, mittelgrosse	"	92	246	247	+ 168,5	+ 0,4
Essig, Wein-	Liter	64	121	119	+ 85,9	— 1,7
Wein, Rot-, gewöhnlicher	"	101	192	191	+ 89,1	— 0,5
Schwarztee, mittlere Qualität	kg	761	1492	1473	+ 93,6	— 1,3
Zichorien, kurante Qualität	"	107	292	260	+ 143,0	— 11,0
Kakao, billigste Qualität, offener	"	198	470	459	+ 131,8	— 2,3
Kaffee, Santos, grüner, mittlere Qualität	"	211	437	435	+ 106,2	— 0,5
Kaffee, Röst-, Pflichtmischung	"	280	418	436	+ 55,7	+ 4,3
Anthrazit, ins Haus geliefert	100 kg	977	2448	2490	+ 154,9	+ 1,7
Briketts, ins Haus geliefert	100 kg	722	1430	1507	+ 108,7	+ 5,1
Brennsprit, 92°	Liter	68	206	205	+ 201,5	— 0,5
Petroleum, Sicherheitsöl, offenes	"	30	48	49	+ 63,3	+ 2,1
Seife, Kern-, Ia, weisse	kg	85	250	250	+ 194,1	—

mehrere von einzelnen kleineren Vereinen vorgenommene Aufschläge geringen Ausmasses in der Durchschnittspreisberechnung unter dem Gewicht der Preissenkungen liegen. Daher rührt es, dass sich aus unserer Statistik trotz der grösseren Zahl der Einzelaufschläge ein Mehr an Durchschnittspreisabschlägen ergibt.

Berücksichtigen wir bei unserer Betrachtung nur die Veränderungen von einigermassen erheblichem Ausmasse, so zählen wir 5 Artikel mit gegenüber dem 1. Juni dieses Jahres erhöhten und deren 4 mit herabgesetzten Verkaufspreisen. Teurer als am vorhergehenden Stichtag wurden am 1. September 1947 verkauft: Reis (42,1%), Schweinefleisch (8,6%), Eier (6,7%), Briketts (5,4%) und Kaffee (4,3%); niedrigere Preise verzeichneten Kartoffeln im Migros- (22,5%) und Detailverkauf (21,3%) sowie Zichorien (11,0%) und Sauerkraut (4,3%).

Gruppenindexziffern

Indexgruppen	Indexziffern am 1. September 1939 an sich	1. September 1939 1. Juni 1914 = 100	1. Juni 1947 an sich	1. Juni 1947 1. Juni 1914 = 100	1. September 1947 an sich	1. September 1947 1. Juni 1914 = 100	Veränderung am 1. Sept. 1947 gegenüber dem 1. September 1939	Veränderung am 1. Sept. 1947 gegenüber dem 1. Juni 1947
	Fr.		Fr.		Fr.		%	%
Milch und Milcherzeugnisse	471.15	138	685.68	201	685.68	201	+ 45,5	—
Speisefette und -öle	44.46	110	87.06	216	87.63	218	+ 97,1	+ 0,7
Getreideprodukte	257.74	120	352.96	164	352.56	164	+ 36,8	— 0,1
Hülsenfrüchte	10.14	109	25.49	273	30.27	325	+ 198,5	+ 18,8
Fleisch	286.35	145	553.69	280	569.31	288	+ 98,8	+ 2,8
Eier	48.—	120	120.—	300	128.—	320	+ 166,7	+ 6,7
Kartoffeln	55.—	116	117.50	247	92.50	195	+ 68,2	— 21,3
Süsstoffe	44.25	116	95.13	249	95.11	249	+ 114,9	— 0,0
Genussmittel	37.17	103	63.21	175	63.73	177	+ 71,5	+ 0,8
Sämtliche Nahrungsmittel	**1254.26**	**130**	**2100.72**	**217**	**2104.79**	**218**	**+ 67,8**	**+ 0,2**
Gebrauchsgegenstände	146.75	146	332.16	331	341.17	340	+ 132,5	+ 2,7
Sämtliche Artikel	**1401.01**	**131**	**2432.88**	**228**	**2445.96**	**229**	**+ 74,6**	**+ 0,5**

Die besonders auffallende Erhöhung des Reispreises findet die Erklärung in den stark verteuerten Zugängen. Der gestiegene Preis für Schweinefleisch widerspiegelt eine dem Metzgereigewerbe von der Eidgenössischen Preiskontrollstelle zugestandene Preiserhöhung; der neue Eierpreis ist auf Saisoneinflüsse zurückzuführen, während bei den Briketts Mangellage einerseits und gesteigerte Gestehungskosten anderseits Ursache des Preisauftriebes sein dürften. Das weitere Ansteigen des Kaffeepreises entspricht einer bei diesem Produkt unverändert gebliebenen Preisbewegung.

Die Preisabschläge bei den Kartoffeln und beim Sauerkraut sind saisonbedingt; der Rückgang der Preise für Zichorien ist auf geringere Produktionskosten und wohl auch auf die stärkere Konkurrenzierung durch den Bohnenkaffee zurückzuführen. Die Gruppe jener Produkte, die am 1. Juni 1947 den höchsten seit Beginn unserer Erhebungen je erreichten Preis überschritten hatten, erfährt durch die Preissenkung auf Kartoffeln eine Verminderung um dieses Produkt. Indessen übersteigt nunmehr der Reispreis seinen früher je erzielten Höchststand, so dass am 1. September d. J. 8 Artikel, nämlich Kochbutter, Tafelbutter, Kalbfleisch, Schaffleisch, Weinessig, Rotwein, grüner Kaffee und Reis höhere als früher je erzielten Preise verzeichnen. Die stärkste Preissteigerung gegenüber 1939 weist nun der Reis auf (+ 278,0 %), gefolgt von dem bei der letzten Erhebung an erster Stelle stehenden Weizengriess (+ 263,4 %) und vom Weissmehl (+ 247,8 %). Am wenigsten sind seit 1939 gestiegen die Preise für Ruchbrot (+ 27,0 %) und Milch (+ 33,3 %). Ein Gesamtblick über den Preisstand vom 1. September 1947 zeigt, dass die 18 eingetretenen Preisabschläge mit ihrem Gewicht die 15 ihnen gegenüberstehenden Erhöhungen nicht aufzuheben vermögen. Vielmehr fällt den von der Preissteigerung betroffenen Produkten bei der Indexberechnung insgesamt eine grössere Bedeutung zu, als den von einer Preissenkung profitierenden Artikeln, weshalb sich für das abgelaufene Quartal *neuerdings eine Steigerung der Gesamtindexziffer* ergibt.

Mit einem Anstieg um Fr. 13.08 von Fr. 2 432.88 vom 1. Juni auf Fr. 2 445.96 am 1. September 1947 hält sie sich allerdings in einem bescheideneren Rahmen als im Vorquartal: sie beträgt 0,5%. Mit dem 1. Sepetmber 1939 als Basis (= 100) ergibt sich daraus eine Steigerung von 173,7 Punkten am 1. Juni um 0,9 auf *174,6* Punkte am 1. September 1947. Gegenüber dem Stand vom 1. Juni 1914 (= 100) steht der von uns berechnete Index auf *229,3*.

Vergleichen wir heute die sich seit Kriegsende abzeichnende Kurve der Kleinhandelspreise in den Schweizer Städten mit derjenigen im Anschluss an den ersten Weltkrieg, so erkennen wir unschwer eine gewisse Uebereinstimmung: Schon nach dem ersten Weltkrieg war auf eine vorerst einsetzende Preisrückbildung von ungefähr einjähriger Dauer eine entscheidende neue Preissteigerung gefolgt. Diese Bewegung scheint sich heute zu wiederholen. Denn auch der im Juni 1945 eingetretene allgemeine Abbau der Preise wurde ein Jahr später von einer neuen Teuerungswelle abgelöst, welche sich seither mit bemerkenswerter Stetigkeit erhält und — im Hinblick auf die herrschende Börsenstimmung und die Preisforderungen der einheimischen Landwirtschaft — noch immer nicht an ihrem Ende angelangt zu sein scheint. Sie unterscheidet sich gegenüber der Nachkriegsteuerung der Zwanzigerjahre lediglich durch ihre längere Dauer, ein Umstand, der zufolge der im zweiten Weltkrieg viel weitergehenden Zerstörungen von Produkten und Produktionsmitteln leicht zu erklären ist.

Die einzelnen seit dem 1. Juni d. J. erfolgten Preisverschiebungen, die in ihrer Gesamtheit die Aenderung der Indexziffer herbeiführen, verteilen sich auf die in unserer Statistik auseinandergehaltenen Gruppen wie folgt:

Speisefette und -öle	+ —.57	
Getreideprodukte		— —.40
Hülsenfrüchte	+ 4.78	
Fleisch	+ 15.62	
Eier	+ 8.—	
Kartoffeln		— 25.—
Süsstoffe		— —.02
Genussmittel	+ —.52	
Gebrauchsgegenstände	+ 9.01	
	+ 38.50	— 25.42
Saldo		+ 13.08
	38.50	38.50

Wie hieraus ersichtlich ist, fällt der Hauptteil der Indexsteigerung zulasten der Preiserhöhung für

Städteindexziffern vom 1. September 1947

Städte	Indexziffern brutto total Fr.	Indexziffern netto total Fr.	Indexziffern netto ohne Milch und Fleisch Fr.	Rangordnung brutto total	Rangordnung netto total	Rangordnung netto ohne Milch u. Fleisch
Städtemittel	**2445.96**	**2353.51**	**1318.06**			
1. Zürich	2493.21	2401.73	1337.51	28.	25.	20.
2. Basel	2436.14	2282.11	1282.96	17.	1.	2.
3. Bern/Köniz	2447.77	2398.27	1362.59	20.	24.	28.
4. Genève	2441.79	2368.06	1303.98	19.	19.	5.
5. Lausanne	2468.69	2409.94	1345.86	26.	28.	24.
6. St. Gallen	2398.41	2352.60	1339.53	7.	13.	21.
7. Winterthur	2395.48	2333.92	1297.49	5.	7.	3.
8. Luzern	2424.05	2341.91	1321.92	11.	9.	13.
9. Biel (B.)	2428.11	2365.01	1340.27	12.	14.	22.
10. La Chaux-de-Fonds/Le Locle	2361.12	2322.14	1298.86	1.	4.	4.
11. Fribourg	2448.07	2365.98	1308.45	21.	16.	6.
12. Neuchâtel	2431.78	2383.92	1336.80	14.	21.	19.
13. Schaffhausen	2453.18	2393.04	1345.02	23.	22.	23.
14. Thun	2463.78	2405.57	1332.48	24.	26.	16.
15. Chur	2401.53	2304.01	1281.91	8.	3.	1.
16. Lugano	2469.73	2408.91	1315.04	27.	27.	8.
17. Solothurn	2434.87	2348.42	1322.20	16.	11.	14.
18. Olten	2463.95	2379.66	1321.84	25.	20.	12.
19. Aarau	2428.70	2365.72	1319.18	13.	15.	10.
20. Herisau	2434.64	2366.54	1355.28	15.	17.	25.
21. Vevey	2545.11	2477.03	1362.46	29.	29.	27.
22. Zug	2393.34	2323.96	1360.99	4.	6.	26.
23. Bellinzona	2437.88	2367.96	1328.49	18.	18.	15.
24. Grenchen	2419.23	2291.50	1316.11	10.	2.	9.
25. Yverdon	2392.61	2351.37	1310.55	3.	12.	7.
26. Rorschach	2410.92	2322.56	1334.23	9.	5.	17.
27. Uster	2452.45	2393.82	1366.94	22.	23.	29.
28. Baden	2397.54	2343.64	1320.31	6.	10.	11.
29. Burgdorf	2390.05	2337.87	1334.59	2.	8.	18.

Fleisch, und bei dieser Gruppe ist es namentlich das Schweinefleisch, das einen wesentlichen Anstieg verzeichnet. Zu den Gebrauchsgegenständen gehören Kohlen und Briketts. Da vor allem die Brikettpreise gestiegen sind, ist ein Teil der Ausgabenerhöhung hierauf zurückzuführen. Die Position Hülsenfrüchte wurde hauptsächlich durch den ungewöhnlich starken Anstieg des Reispreises zu einer den Index ebenfalls vermehrt belastenden Ausgabengruppe. Völlig unverändert bleiben lediglich die Preise von Milch und Milchprodukten.

Bei der Darstellung der Preisverhältnisse in den Nachbarländern anhand der Berichte der Konsumvereine von *Mülhausen, Lörrach* und *Dornbirn* zeigen sich wieder die üblichen Unzulänglichkeiten. Es sind dies hauptsächlich das Fehlen eines den realen Gegebenheiten entsprechenden Wechselkursverhältnisses zwischen den in Frage kommenden Landeswährungen und — insbesondere für den Vergleich mit Lörrach — die Unvollständigkeit der Preiserhebung infolge Fehlens einer grossen Zahl der in unserer Statistik erfassten Nahrungsmittel und Gebrauchsgegenstände.

Soweit die Preise verglichen werden konnten, lassen sich am 1. September 1947 folgende Zahlen festhalten:

	Mülhausen	Lörrach	Dornbirn
Indexziffer in Landeswährung	85 569.66	833.78	3138.55
in Schweizer Franken	3 097.62	1442.52	1380.10
Umrechnungskurs (100 Einheiten der fremden Währung = Schweiz. Franken)	3.62	173.01	44.—
Entsprechende Schweizer Indexziffer	2 261.66	1211.31	2011.81
Indexziffer des Auslandes, wenn schweizerische = 100	137	119	69

Demnach haben sich die Preise — gemessen am schweizerischen Stand vom 1. September 1947 (= 100) — in allen drei in unserer Erhebung erfassten Nachbarstädten erheblich erhöht und sind die Indices der entsprechenden Länder dem schweizerischen Preisniveau gegenüber vergleichsmässig bedeutend mehr gestiegen: In Frankreich von 110 auf 137, in Deutschland von 96 auf 119 und in Oesterreich von 40 auf 69 Punkte. Kh.

Das ist allerdings nicht das Grösste, Segen zu haben, sondern ein Segen zu sein. Das ist die wirkliche menschliche Grösse, nichts anderes ; danach sind die «Heroen» zu beurteilen, ob sie ein Segen für ihr Volk, ihre Zeit und vielleicht sogar für alle Zeiten gewesen sind oder nicht. *Carl Hilty*

Der Milchpreis springt um 4 Rappen nach oben

Vom 1. Oktober 1947 bis 1. Mai 1948 soll gemäss Beschluss des Bundesrates der Milchpreis um 4 Rappen erhöht werden. 1 Rappen will allerdings der Bund zu seinen Lasten übernehmen, während der Konsument «nur» 3 Rappen neu aufgebürdet bekommt. Damit ist in einer ebenso politisch wie wirtschaftlich ausserordentlich bedeutsamen Frage ein Entscheid gefällt worden, der, trotzdem er die erwartete Limite einhält, überrascht. Denn 3 Rappen sind ein grosser, sehr grosser Bissen, den zu verdauen die Konsumenten heute besonders schwer haben. Denn sie setzen sich fort in 75 Rappen bei der Butter und 35 bis 40 Rappen beim Käse, wobei der Milchhandel angesichts seiner stets weiter schrumpfenden Margen noch in keiner Weise auf seine Rechnung gekommen ist. Vorläufig wirkt sich die starke Milchpreiserhöhung deshalb noch nicht so fühlbar in den täglichen Ausgaben aus, da die Milchration ja eine bedeutende Reduktion erfahren hat und wohl noch weiter erfahren wird — ein allerdings schwacher Trost.

Eine Minderheit des Bundesrates wollte nur auf 3 Rappen Milchpreiserhöhung gehen, wovon ebenfalls 1 Rappen zu Lasten des Bundes, was für diesen 8 bis 9 Millionen Franken ausmacht. Dem Antrag der bundesrätlichen Minderheit lag der Gedanke zugrunde, dass bei einer Belastung des Konsumenten mit nur zwei Rappen Lohnbewegungen zur Kompensierung der

durch die Milchpreiserhöhung erneut forcierten Teuerung

eher unterbleiben würden. In der Tat stellen die 4 Rappen eine *sehr harte Zumutung an den Konsumenten* dar. Denken wir vor allem auch an die, die noch bei weitem den Teuerungsausgleich nicht erreicht haben, nicht zuletzt an die Tausende von Rentnern, an zahllose Angestellte mit ungenügenden Zulagen, selbstverständlich auch an die Arbeiter mit schmalen und schmalsten Einkommen. Die Versuchung und die Berechtigung zu neuen Lohnbewegungen liegen auf der Hand, und doch müssen sich heute alle Kreise sagen, dass ein *allgemeines* Steigen der Löhne, das starke Verbände vielleicht erzwingen könnten, der Allgemeinheit auf die Dauer doch nicht zum Nutzen gereicht und auch der einzelne nur am Anfang einen gewissen Vorteil hat, der durch das Nachrutschen der Preise nur allzubald wieder ins Gegenteil gekehrt wird.

Wir befinden uns heute *auf der Schwelle zur Inflation*. Was der Ausbruch dieser

wirtschaftlichen und sozialen Pest

bedeuten würde, ist uns ja allen klar. Nicht mit hohen Preisen und Löhnen kann unser Einkommen verbessert werden, sondern nur durch eine *höhere Produktivität der Wirtschaft*. Diese Tatsache kann aber nicht davon abhalten, mit allem Nachdruck zu verlangen, dass zur Tragung der öffentlichen Lasten in allererster Linie die hohen Einkommen — der persönliche Luxus in Autos, Aufwand aller Art ist immer noch übergross — herangezogen werden.

Das Mass für die Konsumenten ist voll.

Bei der Uebernahme der neuen Lasten möge diesen ein Trost sein, dass auch den Bauern nicht alles bewilligt wurde, trotzdem sie ihre Forderungen hie und da in recht drohendem Poltertone vorbrachten. Statt 6 Rappen erhalten sie 4 Rappen. *Ganz abgelehnt wurde die Erhöhung der Schlachtviehpreise von 30 bis 50 Rappen je Kilo Lebendgewicht.* Auch damit wurden recht viele Hoffnungen enttäuscht.

Angesichts der — trotz allem glücklichen — Struktur unserer Demokratie war nicht anders zu erwarten, als dass der Bundesrat einen Entscheid trifft, der niemand ganz befriedigen kann, der von beiden Teilen gewisse Opfer verlangt. Auf welcher Seite diese grösser sind, wollen wir jetzt nicht beurteilen. Jedenfalls möge den Bauern bewusst sein, dass mit den Erhöhungen *die ökonomische Lage der Konsumenten erneut eine bedeutende Anspannung* erfährt. Die Konsumenten tragen diese nicht zuletzt auch in der Erwartung, die in dem bundesrätlichen Entscheid selbst liegt, dass seitens unserer Landwirtschaft alles geschieht, um die Versorgung unseres Landes nach besten Kräften sicherzustellen. r.

Schweizerischer Verband sozialer Baubetriebe

Am Samstag, den 13. September, fand unter der kundigen Leitung des Zentralpräsidenten, Herrn *A. Vogt* in Zürich, in den Räumlichkeiten des Genossenschaftlichen Seminars im Freidorf die *Jahresgeneralversammlung* des Schweiz. Verbandes sozialer Baubetriebe statt.

Mit Genugtuung konnte festgestellt werden, dass der Verband von Jahr zu Jahr stärker in Erscheinung tritt und an Bedeutung gewinnt. Die Zahl der Delegierten erhöht sich entsprechend dem Anwachsen der Mitgliedschaft. Diese bestand am Ende des Berichtsjahres aus 31 ordentlichen und 6 fördernden Mitgliedern. Unter den letzteren finden wir den Verband schweiz. Konsumvereine, die Genossenschaftliche Zentralbank, die Allgemeine Baugenossenschaft Zürich (die grösste schweizerische Baugenossenschaft) und den Schweiz. Gewerkschaftsbund mit zwei ihm angeschlossenen Zentralverbänden. Eine besonders erfreuliche Entwicklung der Arbeiterproduktivgenossenschaften können wir in der Westschweiz verzeichnen.

Die dem Verbande angehörenden ordentlichen Mitglieder erzielten 1946 zusammen einen Umsatz von Fr. 17 655 350.—, im Vorjahr Fr. 11 978 473.—. Sie beschäftigten im Berichtsjahr zusammen 1927 Arbeitskräfte oder 1005 mehr als im Vorjahr.

Nebst den statutarischen Geschäften hatte die Generalversammlung zu den folgenden Fragen Stellung zu nehmen:

Aeufnung des Solidaritätsfonds,
Einführung einer einheitlichen Rechnungsführung,
Rechnungsrevision, und
Schlichtung von Arbeitskonflikten.

Obschon der Solidaritätsfonds nach wenigen Jahren des Bestehens bereits einen beachtlichen Stand erreicht hat, erachtet es der Zentralvorstand als notwendig, dass dieser weiterhin gespiesen wird.

Wenn die vorhandenen Mittel einmal eingesetzt werden müssen, wird es sich bald zeigen, dass diese noch ungenügend und keinen grossen Anforderungen gewachsen sind. Der Zentralvorstand prüfte deshalb die Frage, ob für die Speisung des Fonds ordentliche Beiträge erhoben werden sollen oder ob diese in der bisherigen Weise erfolgen kann. Aus verschiedenen Gründen wird die Entscheidung über die Einführung eines einheitlichen Beitrages vorläufig zurückgestellt, dafür aber an die Mitglieder appelliert, bei günstigen Rechnungsabschlüssen den Fonds mit freiwilligen Zuwendungen zu stärken.

Erfreulichem Interesse und Verständnis begegnete die Frage, ob eine einheitliche Rechnungsführung und eine einheitliche Rechnungsrevision unter den Mitgliedern anzustreben sei. Die hierzu gebotene Begründung, für Erhebungen und betriebswirtschaftliche Vergleiche die notwendigen Unterlagen zu erhalten, fand volle Würdigung.

Eine besondere Aufmerksamkeit wurde der Frage der Schlichtung von Arbeitskonflikten, in die auch Genossenschaften verwickelt werden können, zu teil. Anlass zu dieser Aussprache, die den Zentralvorstand in einigen Sitzungen beschäftigte, gab die Tatsache, dass auch Genossenschaften, die dem Verband angehören, bestreikt worden sind, und dass dadurch bei Auftraggebern, zu denen weitgehend gemeinnützige Wohnbaugenossenschaften gehören, eine gewisse Enttäuschung entstand. Nach gründlicher Aussprache wurde dem Antrag des Zentralvorstandes zugestimmt, mit dem Schweiz. Gewerkschaftsbund und den ihm angeschlossenen, in Frage kommenden Verbänden, eine Vereinbarung anzustreben, die bei Würdigung aller möglichen Schwierigkeiten das gegenseitige Verhalten im Falle von Arbeitskonflikten regelt und die Schädigung von Arbeiterproduktivgenossenschaften vermeidet. Ein der angestrebten Vereinbarung ähnliches Abkommen besteht übrigens bereits seit vielen Jahren zwischen dem Verband schweiz. Konsumvereine und dem Schweiz. Gewerkschaftsbund.

Anderntags hatten die Delegierten Gelegenheit, an einer von der Genossenschaftlichen Zentralbank offerierten Schiffahrt auf dem Rhein teilzunehmen und dabei das Kembserwerk und die Basler Schiffahrtsanlagen zu besichtigen. Die wenigsten Delegierten hatten zuvor die Möglichkeit gehabt, einen solchen Einblick in die Schweizer Schiffahrt zu erhalten, so dass sie vom Gebotenen stark beeindruckt waren.

Beim anschliessenden Mittagessen wurde den Organisatoren für die gründliche Vorbereitung der Tagung, die wesentlich dazu beitrug, dass die Veranstaltung zu einem vollen Erfolg wurde, der wohlverdiente Dank ausgesprochen. H. H.

Die Preisentwicklung bei den Textilien

Zu der allgemein formulierten Feststellung im Artikel «Aufgepasst! oder gouverner c'est prévoir?» in Nr. 39 des «Schweiz. Konsum-Vereins», dass bei den Textilien starke Preisrückgänge zu registrieren sind, übermittelt uns in verdankenswerter Weise die Abteilung Textilwaren des V. S. K. einige Details. Diese unterstreichen einerseits unseren Hinweis, zeigen anderseits aber auch für gewisse Artikel eine stabile bis sogar steigende Preistendenz. — Die Restriktionen im internationalen Warenaustausch werden sich zweifellos in steigendem Masse auch auf die Textilrohmaterialpreise auswirken. Die Abteilung Textilwaren empfiehlt deshalb — in Uebereinstimmung mit der im Artikel «Aufgepasst!» enthaltenen Aufforderung — besonders bei Artikeln mit *langen Lieferfristen* Vorsicht walten zu lassen. Wir lesen in ihrer Mitteilung:

«Wenn auch da und dort Unterangebote vorkommen, so kann doch von einer allgemeinen Baisse nicht gesprochen werden; auch ist sie vorderhand nicht zu erwarten für die für den Inlandskonsum *in der Schweiz hergestellten typischen Eigenarten und Qualitätswaren.*

Die derzeitigen Preise für *Baumwollgewebe* aller Art bewegen sich ungefähr auf bisheriger Basis.

Wolle: Garne, Decken und Stoffe sind in bezug auf Material weit besser als vor Jahresfrist, aber preislich unbedingt fest.

Gestrickte und gewirkte Artikel, Ober- und Unterkleider sowie Strümpfe werden nicht billiger als bisher angeboten.

Wäsche, besonders *Bettwäsche,* ist nach wie vor ein grosser Mangelartikel, und schon deshalb ist bei ihr eine merkliche Preissenkung nicht denkbar.

Zu den *Rohstoffen* ist zu bemerken, dass *Baumwolle* — von jeher ein Spekulationsobjekt — fortwährend mehr oder weniger starken Preisschwankungen unterworfen ist. Zurzeit sind die Börsennotierungen eher rückläufig, zum Unterschied von *Wolle,* deren neue Auktionen überall und ganz besonders für bessere Sorten steigende Preistendenzen aufweisen.

Reine Seide ist merklich billiger als zu Ende des Krieges.

Kunstfasern notieren zu festen Ansätzen.

Für die Preisentwicklung der fertigen Produkte sind aber nicht allein die Rohstoffnotierungen, sondern in weit grösserem Masse die zurzeit geltenden *Lohnkosten* massgebend, die gegenüber den Vorkriegsjahren ganz bedeutend gestiegen sind. Bekanntlich zahlte die Textilindustrie vor Kriegsausbruch ihre Arbeiter sehr schlecht. Es hat sich nicht nur ein entsprechender Lohnausgleich, sondern auch die Teuerungszulage durchsetzen können, die die Preisfestsetzung der fertigen Produkte wesentlich beeinflusst.

Anderseits geht unsere Meinung ebenfalls dahin, dass beim Einkauf von Textilien eine genaue Ueberprüfung der Vorräte, des Bedarfes und der bereits erteilten Bestellungen vorzunehmen ist und eine gewisse Zurückhaltung, ganz besonders bei Artikeln mit langen Lieferfristen, stattzufinden hat.»

Die wichtigsten genossenschaftlichen Grundsätze und ihre praktische Bedeutung in der Gegenwart

Vielen Mitgliedern unserer Konsumgenossenschaften sind die sieben Grundsätze bekannt, die allgemein als die Grundsätze der Rochdaler Pioniere angesprochen werden, nämlich: 1. offene Mitgliedschaft; 2. demokratische Verwaltung; 3. Rückvergütung im Verhältnis zu den Einkäufen; 4. beschränkte Kapitalverzinsung; 5. parteipolitische und konfessionelle Neutralität; 6. Barzahlung und 7. Förderung der genossenschaftlichen Fortbildung. Den meisten unserer Genossenschafter und Genossenschafterinnen sind diese Grundsätze aber beinahe nur dem Namen nach bekannt, ohne dass sie sich der *praktischen Bedeutung* bewusst wären, die sie, wenn auch unterschiedlich, *heute noch* für die Konsumgenossenschaftsbewegung und für die einzelne Konsumgenossenschaft haben. Unsere *genossenschaftlichen Studienzirkel,* die sich für ein Wintersemester Programm 1: Die Grundsätze der Redlichen Pioniere von Rochdale, ausgewählt haben, können acht bis zehn Abende über diese sieben Grundsätze diskutieren, und die Zirkelmitglieder müssen nur staunen,

wie vielseitig und lebensnah

die Fragen sind, die mit diesem Thema aufgeworfen werden.

Es ist verständlich, dass unsere *Konsumvereinsverwaltungen* in der Hetze der täglichen Arbeit voll-

ständig in der geschäftlichen Tätigkeit aufgehen und keine Zeit finden, über den Zusammenhang ihrer praktischen Arbeit mit der Idee der Genossenschaft und mit den genossenschaftlichen Grundsätzen nachzudenken und eine zielbewusste genossenschaftliche Aufklärung unter der Mitgliedschaft durchzuführen. Es sei denn, es werde, in Anerkennung der Wichtigkeit dieser Aufklärung für den praktischen Erfolg der Genossenschaft, ein eigenes Ressort für diese Arbeit geschaffen und ein hiefür besonders befähigter Genossenschafter mit dieser Aufgabe betraut. Meistens aber geschieht nichts Derartiges, weil die Verwaltungen unserer Konsumvereine nur von dem einen Gedanken beherrscht sind: Erhöhung und Verbesserung der Leistungen ihres Betriebes, ohne daran zu denken,

dass eine genossenschaftlich aufgeklärte Mitgliedschaft, die Anteil nimmt an den Zielen und den Aufgaben der Genossenschaft und die man auch offen aufklärt über die Schwierigkeiten, die heute mit der genossenschaftlichen Warenvermittlung verbunden sind, die Arbeit der Verwaltung erleichtert und dazu hilft, die Leistung der Genossenschaft zu erhöhen.

Denn Mitglieder, die über die Ziele und die praktischen Aufgaben der Konsumgenossenschaft aufgeklärt sind und die sich für die Genossenschaft mitverantwortlich fühlen, sind leichter zu behandeln als Mitglieder, die sich nur als Kunden eines Geschäftes fühlen, dessen Name «Konsumverein» oder «Konsumgenossenschaft» ihnen nichts sagt. Deshalb sind wir der Meinung, dass es notwendig sei, unsere Genossenschafter und Genossenschafterinnen mehr noch als es bisher geschehen ist, aufzuklären über die Ziele der Genossenschaftsbewegung und vor allem über die wichtigsten genossenschaftlichen Grundsätze, wie wir sie von den Rochdaler Pionieren ableiten.

H. B.

„Heidi"

— welches Kinderauge leuchtet nicht auf, welches Kind erinnert sich nicht an Johanna Spyris herrliche Kindererzählung, wenn es nur den Namen hört: Heidi. Die ernsten wie die fröhlichen Bilder tauchen auf, und wer gar schon einmal Heidi in der bärndütschen Bearbeitung von Josef Berger auf der Bühne gesehen hat, der kann nur Freude darüber empfinden, dass die Heidi-Bühne in Bern dieses Stück nach einigen Jahren Unterbruch wieder auf den Spielplan gesetzt hat. Die es als kleine Kinder gesehen, werden das Stück heute, wo das Verständnis gewachsen ist, noch einmal sehen wollen. Und erst die Kleinen, die Heidi noch gar nicht in lebendigen Bildern erlebt haben, werden dankbar sein, endlich mit dieser köstlichen Geschichte auf der Bühne bekannt zu werden.

Die Heidi-Bühne ist aber nicht nur Kinderbühne. Sie will auch den Erwachsenen in der ihr eigenen, sauberen Art Freude machen. In heimeligem Bärndütsch bietet sie in den Abendvorstellungen das neue Stück

«Strafentlasse»

ein Schauspiel von Alfred Fankhauser «E Schatte fallt, es Liecht geit uf».

Wer die lebendige Erzählkunst Fankhausers kennt, weiss, dass er Menschen zu zeichnen, sie lebendig vor uns hinzustellen versteht. Tatsächlich, in diesem Dreiakter stehen Menschen vor uns, die ergreifen durch ihr natürliches Spiel. Ein wichtiges Problem des Gemeinschaftslebens, des so bedeutsamen Verhältnisses zu unserem Nächsten, zur Gesellschaft überhaupt, wird hier aufgerollt.

Dieses Stück ist durch das Berner Heimatschutztheater uraufgeführt worden und hat ein ungeteiltes Lob gefunden.

Unsere Konsumvereine, die nicht nur Warenvermittler sein, sondern auch geistige Kost ihren Mitgliedern bieten wollen, haben seit Jahren mit Freunden die Bestrebungen der Heidi-Bühne unterstützt und dafür viel Dank von den Jungen und Alten geerntet. Die zwölfte Tournée tritt die Bühne diesen Monat an. Möchte doch keine Genossenschaft die geistige Verköstigung ihrer Mitglieder und deren Kinder vernachlässigen! Sie tut so not heute.

„Um eines kleinen Vorteils willen"

Fr. Fr. Es ist eigenartig, wie der an sich klare Genossenschaftsgedanke immer wieder durch die Untreue einzelner Mitglieder in seinen Wirkungen gehemmt wird. Das muss leider auch unsere *Genossenschaftsmühle*, die MSK, feststellen. Das Produkt ist erstklassig nach den Bundesvorschriften erstellt, die Bedienung erfolgt prompt, wie die behördlichen Zuteilungen es erlauben, und dennoch «grasen» verschiedene Mitgliedvereine, resp. ihre Verwalter, nebenaus, statt dass sie ihrer eigenen Mühle durch dick und dünn die Treue hielten.

Aber es ist nicht nur bei uns so, sondern auch die privaten Betriebe führen die gleiche Klage. So sind in der «Schweiz. Bäcker- und Konditoren-Zeitung» vom 5. September von A. Jakob-Howald folgende Verse erschienen, die wir unsern Lesern zur Beachtung und Anwendung auf unsere eigene Bewegung empfehlen:

Aufhebung des Kundenschutzes

Nun ist der Kundenschutz gefallen,
und fragen wir: Gefällt dies allen?
Ich glaube kaum, es kann nicht sein,
bedenkt, es bricht Gefahr herein.
Hier zeigt sich nun, ob wir Kollegen,
ob wir das Wahre, Treue pflegen,
Geschäftsmoral und saubres Handeln,
sich in das Gegenteil verwandeln,
ob wir gefeit sind, Mut wir zeigen,
unlautres Treiben nicht verschweigen
und vielleicht um paar Franken wegen
die Arbeit, die für uns zum Segen,
und was Verband und Sektionen —
ich möchte das vorweg betonen —
in aller Stille aufgebaut,
vielleicht durch einige versaut! —
Bewährung, liebe Kameraden,
bewahret Euch vor grossem Schaden.
Sobald sich lockern unsre Glieder,
Bleibt, was Ihr seid, bleibt treu und bieder
ein Handwerk und ein Handwerkstand,
zum Glück für Volk und Vaterland.
Herzlose, kleine Egoisten,
die rücksichtslos, mit kleinen Listen
die Situation erfassen,
die die geraden Wege hassen,
um eines kleinen Vorteils willen
im trüben fischen und im stillen
das Werk, das Treue aufgebaut,
zerstören — drum seid stark und schaut
auch jene Schätze zu vermehren,
die gross Euch machen und Euch ehren.»

Sich modern und preiswert beim ACV beider Basel kleiden

Wer der Herbstmodeschau, die das Kaufhaus Cardinal des ACV beider Basel vergangene Woche veranstaltete, beiwohnte, machte die erfreuliche Feststellung: Hier wird mit Geschmack gearbeitet. Es ist ja in einer grösseren Stadt mit ihren ausserordentlich divergierenden Ansprüchen nicht so einfach, jene gesunde, sympathische Mitte zu finden, die schnelllebige, auf den momentanen Effekt eingestellte Massenware und Extravaganzen aller Art ausschliesst. Dem Kaufhaus Cardinal ist dies in vorzüglicher Weise gelungen. Für den Morgen, für den Nachmittag und Abend, für Gesellschaft, Strasse, Spaziergang und Sport — und zwar, wie man jeweils an lebendigem Beispiele sehen konnte, für Damen, Herren und Kinder — hat man im Cardinal in gediegener Weise gesorgt. An zwei Nachmittagen und zwei Abenden konnte man sich hievon bei den Vorführungen im Stadtkasino überzeugen lassen.

Zu den Kleidern und Mänteln vom ACV und den von einem Privatgeschäft gezeigten Hüten lieferten verschiedene Abteilungen der ACV-Kaufhäuser Schuhe, Schirme, Handschuhe, Taschen, Bijouterien und Parfümerien. Als Conferencier trat Herr Senn vom ACV beider Basel auf und für Unterhaltung sorgte ein Orchester und Damen vom Basler Stadttheater. Die Stimmung erhöhte noch die wieder wohlgelungene Dekoration.

Wer von auswärts kommt und seine Herbst- und Wintereinkäufe in der Stadt zu tätigen wünscht, dem empfehlen wir, *zuerst beim ACV* einzukehren. Er besitzt in seinen Kaufhäusern an der Freien Strasse einen reichen Bestand an Bekleidungsgegenständen aller Art und zu Preisen, die neben der Konkurrenz sehr gut bestehen können. r.

Spekulationsfieber im Detailhandel

«*Die guten Detailhandelsbetriebe werden zu horrenden Preisen gehandelt*» — so heisst es im Organ des Schweiz. Spezereihändlerverbandes, im «Lebensmittelhandel», und die «Schweiz. Gewerbe-Zeitung» schreibt mit Recht:

«Spekulation

Es wird uns gemeldet, dass in Genf der Wechsel von Betriebsinhabern im Lebensmitteldetailhandel ein sehr grosser ist. So wurde ausgerechnet, dass von 1939 bis heute rund 65 % der Betriebe ihre Inhaber gewechselt haben, und zwar zum Teil mehrfach. Dazu wird uns folgendes Histörchen erzählt:

Eine Geschäftsfrau, die soeben ihren Betrieb zum Preise von Fr. 28 000.— verkauft hatte — der übrigens vor nicht allzulanger Zeit zum Preise von Fr. 4000.— in ihr Eigentum übergegangen war —, teilte einem bekannten Vorstandsmitglied mit, sie gehe jetzt einen Monat in die Ferien, und es wäre für sie sehr angenehm, wenn er sie auf neue Kaufgelegenheiten aufmerksam machen würde, um nachher ein neues Geschäft eröffnen zu können. Deren Tätigkeit besteht also nicht zur Hauptsache in der Warenvermittlung, sondern im billigen Kauf und teuren Verkauf von Geschäften. Die Genasführten sind dann die neuen Käufer, die Preise bezahlen müssen, welche eine Rendite sozusagen verunmöglichen.

Es mag sich um einen Einzelfall handeln, doch sind wir überzeugt, dass wenn unsere Gewerbeverbände und Detaillistenorganisationen sich etwas umsehen würden, sie auch weitere Fälle solcher Spekulationsverkäufe aufdecken würden.»

Und die Spekulanten, selbstverständlich auch die Genasführten, werden beim Nachlassen des Geschäftsganges die ersten sein, die ganz besonders den «sozialistischen Konsumgenossenschaften» die Schuld für alle Schwierigkeiten in die Schuhe schieben werden. Der Staat wird von ihnen zum Erlass von «Sanierungsgesetzen» aufgerufen werden, und von der leistungsfähigen Konkurrenz wird man dann wieder erwarten, dass sie die Zeche bezahlt. Gehört es nicht auch zu den Selbsthilfemassnahmen der Detaillisten- und Gewerbeverbände, dass sie solche Spekulationen genau verfolgen?

In diesem Sinne ist die Warnung in der «Gewerbe-Zeitung» zu begrüssen. — Der Fähigkeitsausweis wird an dem Misstand der Ueberbezahlung gar nichts ändern können. Im Gegenteil. Unter seinem Regime werden die Uebernahmepreise für Geschäfte noch mehr steigen. Die Erfahrungen, die man mit Wirtschaften gemacht hat, bestätigen dies. — Jedenfalls müssen die Konsumenten es ablehnen, die Kosten von solchen Spekulationskäufen in Form von Filialverbotsgesetzen usw., nach denen stets von neuem in irgendeiner Form der Ruf ertönt, zu übernehmen.

Anfechtungen gegen die amerikanischen Konsumgenossenschaften

Im «Economist» vom 6. September ist eine Notiz über die «steuerliche Bevorzugung» der amerikanischen Konsumgenossenschaften erschienen, die uns allgemein interessieren muss und die bestätigt, dass auch im Lande des freien Wettbewerbes und des ungezügelten Kapitalismus die Genossenschaften genau den gleichen Angriffen ausgesetzt sind wie bei uns, dass sie dort aber bis anhin grösseres Verständnis gefunden haben als bei uns in der Schweiz. Wir können im übrigen die interessante Notiz im folgenden ohne Kommentar unseren Lesern in der Uebersetzung vermitteln:

«*Genossenschaften im Feuer*

Die republikanische Mehrheit (im amerikanischen Repräsentantenhaus) musste sich schliesslich doch mit der lästigen Schmeissfliege, die die Genossenschaftsbewegung darstellt, welche von kleinen Anfängen unter den Farmern in das business hineingewachsen ist, befassen. Im Jahre 1944 tätigten die Genossenschaften in den USA Geschäfte im Umfange von 6 ½ Milliarden Dollars; das sind 6,5 % aller Ausgaben für den Konsum. Das an bestimmten Orten vorherrschende Geschrei der privaten Unternehmer geht dahin, dass die Genossenschaften nicht deswegen gewachsen seien, weil sie einem Bedürfnis begegneten oder weil sie wirtschaftlicher arbeiteten, sondern weil sie eine unfaire Befreiung von der Steuerpflicht geniessen. Um diesen unfairen Vorteil zu beseitigen, wurde die National Tax Equality League (Nationale Liga für Steuergleichheit) gebildet. Eine von ihren unbeabsichtigten Nebenwirkungen war die, der Kooperation freiere Publizität zu verschaffen, als sie sie je selbst für sich zu sichern befähigt gewesen wäre.

Ein Subkomitee des Repräsentantenhauses hat es sich zur Ferienaufgabe gemacht, zu untersuchen, «ob und in welchem Ausmasse die privilegierende Steuerbefreiung der Genossenschaften für die freien Unternehmungen nachteilig sei». Es plant, 45 Genossenschaften zu besuchen, von New-York bis nach Kalifornien, aber die Untersuchung nahm ihren Anfang in Washingtons eigenem Hinterland. Die in Greenbelt, Maryland, gegründete Konsumgenossenschaft, ein im Eigentum des Staates stehendes Ge-

meinwesen, wurde beschuldigt, ein Monopol zu besitzen, weil die Einwohner zu Beginn entschieden, Privatunternehmungen von ihrem Verteilhandel auszuschliessen und eine Genossenschaft zu gründen, bei welcher jetzt zwei Drittel der Einwohner Mitglieder sind. Die Gemeinschaft, die in den frühen Tagen des New Deal geschaffen wurde und etwa als Tugwelltown (das ist etwa «Machsgutstadt») bekannt wurde, hat einen zehnjährigen Vertrag mit der Federal Housing Administration, eine Unternehmung, die beim republikanischen Kongress keine Popularität geniesst.

Das erklärt ohne Zweifel, warum diese Genossenschaft als erstes Objekt gewählt wurde. Logischerweise hätte das Komitee, wenn es wirklich die Steuerbefreiung untersuchen wollte, bei den landwirtschaftlichen Produktionsgenossenschaften beginnen müssen, welche die vollkommene Befreiung von den Bundessteuern geniessen. Konsumgenossenschaften zahlen die meisten der auf den privaten Geschäften erhobenen Steuern auch, mit der einzigen Ausnahme, dass der *Ertrag, der den Mitgliedern zurückerstattet wird, den Bundesertragssteuern nicht unterliegt* (d. h. also nach unseren Begriffen die Rückvergütung).

Die grundsätzlichen Ueberzeugungen des Komitees werden auf die Probe gestellt werden, wenn es sich gegen Westen bewegt und die Befragung der Farmergenossenschaften aufnimmt. Greenbelt kann mit dem New Deal-Pinsel beschmiert werden, aber im mittleren Westen sind Genossenschafter und Republikaner ein und dasselbe, und die Mitglieder des Komitees könnten gezwungenermassen daran erinnert werden, dass es die Republikaner waren, die in den zwanziger Jahren die Steuerbefreiung in den Internal Revenue Code aufnahmen, und zwar als Hilfe für bankrotte Farmer. Wie es damals der Fall war, als das Repräsentantenhaus in der Verfolgung seiner Wirtschaftspolitik die Beiträge an die Bewässerung und Landkonservierung für den Westen beschnitt, könnten die Republikaner unvermittelt die Entdeckung machen, dass sie im Begriffe sind, sich ins eigene Fleisch zu schneiden.» Dr. L.

Die Zurückführung der privatisierten konsumgenossenschaftlichen Verteilungsstellen in Deutschland

Herr H. Everling, Generaldirektor der GEG Hamburg, schrieb in der «Konsumgenossenschaftlichen Rundschau», zur obigen Frage u. a.:

«Die Reichsregierung erliess im Jahre 1935 ein Gesetz, das die Voraussetzung für eine Auflösung von Konsumgenossenschaften schuf. 72 grosse und grösste Konsumgenossenschaften waren nun wohl oder übel gezwungen, durch das kaudinische Joch zu gehen und unter dem Jubel ihrer Gegner, die die erste Abschlagzahlung stürmisch begrüssten, ihre Liquidation zu beschliessen.

Die GEG und mit ihr die Konsumgenossenschaften waren jedoch nicht gewillt, tatenlos der Vernichtung ihrer Werke 1935 zuzusehen und versuchten in letzter Stunde zu retten, was zu retten war. Durch geschicktes Vorgehen gelang es der Geschäftsleitung der GEG, an verschiedenen Orten die konsumgenossenschaftlichen Zentralen aus der Liquidationsmasse käuflich in ihren Besitz zu bringen.

Es gelang, einen Ausweg zu finden, und zwar nach folgendem Plan:

Die bisherigen Lagerhalter der Konsumgenossenschaften übernahmen die Läden samt Einrichtung und Warenbeständen zu niedrigsten Preisen und auf Abzahlung in kleineren Raten. Sie bezogen ihre Waren wie bisher durch die GEG von deren örtlichem Zentrallager. Ausschlaggebend für die Planung war die Ueberzeugung, dass die Lagerhalter sich als Treuhänder der früheren Konsumgenossenschaften betrachten und nach Beseitigung der Naziherrschaft ihre Läden wieder der neu zu errichtenden Konsumgenossenschaft — gegen Rückerstattung des Kaufpreises und der inzwischen gemachten Aufwendungen — zur Verfügung stellen werden. Aber zur grössten Enttäuschung aller Genossenschafter kam es anders. Die meisten Lagerhalter hatten inzwischen die Wahrnehmung gemacht, dass als kleiner Händler viel leichter und viel mehr Geld zu verdienen ist als noch so gut bezahlter Lagerhalter oder Geschäftsführer einer Konsumgenossenschaft, und dass man das Vielfache verdiente als ein Arbeiter, wie es die meisten der Lagerhalter früher gewesen sind. Keiner der Männer, die seinerzeit aus den Händen der GEG ihren Laden in Privatbesitz übernommen haben, wäre jemals zur Selbständigkeit gelangt, wenn nicht die Konsumgenossenschaften zur Liquidation gezwungen worden wären.

Die neuerrichteten Konsumgenossenschaften, wie auch deren Mitglieder, haben ein Wiedergutmachungsrecht auf die ihnen enteigneten Läden in gleicher Weise wie die jüdischen Geschäftsleute, denen man 1938 durch ‚spontanen Ausbruch der Volkswut' ihren Betrieb gewaltsam fortnahm. Ohne Verteilungsstellen gleicht die neue Konsumgenossenschaft einem Messer ohne Heft und Klinge — sie besitzt bei fehlendem Warenumsatz ein nur Unkosten erzeugendes leeres Zentrallager und Büro. Die Aufforderungen der Geschäftsleitungen der neu errichteten Konsumgenossenschaften an den vorher genannten Orten, ihren treuhänderischen Besitz wieder zurückzugeben, stösst bis heute noch bei der Mehrzahl der früheren Lagerhalter auf strikte Ablehnung. Nur ein verhältnismässig kleiner Teil der Lagerwalter hat sich aus freien Stücken bereit erklärt, die Läden der neuen Konsumgenossenschaft wieder zum Rückkauf anzubieten.»

Aufgabe Nr. 1
für die Winterarbeit
1947/48

Werbung neuer Mitglieder

Voraussetzung für den Erfolg in jeder grossen und jeder kleinen Genossenschaft ist ein wohldurchdachter Werbeplan. Die Propagandaabteilungen des V.S.K. halten ihre Dienste bereit.

Für die PRAXIS

Fortschrittliche Kalkulation

Wie verhält es sich, wenn aus irgendeinem Grunde der Detailverkaufspreis von Fr. 1.04 auf beispielsweise 95 Rp. je kg herabgesetzt werden soll? Die Feststellung, die bei den Vereinen mit Vorliebe gemacht wird, ist die:

«Wir sollten zu 95 Rp. verkaufen, dabei müssen wir 83,2 Rp. an den V. S. K. bezahlen. Der V. S. K.-Preis ist zu hoch und gestattet uns nicht, auf unsere Rechnung zu kommen, ergo ist der V. S. K. in diesem Artikel nicht leistungsfähig.»

Und hier nun setzt die Auseinandersetzung ein. Der V. S. K. stellt sich auf den Standpunkt, er könne nicht billiger verkaufen, weil er keine Ausweichmöglichkeiten habe. Der Verein sagt, er müsse mit Verlust verkaufen, wenn er bei einem Einstand von 83,2 Rp. nur für 95 Rp. verkaufen könne, da der Zuschlag zu klein sei, um neben der Rückvergütung auch noch die vollen Spesen zu decken. Ob diesen «Händeln» ist schon manche richtige Gelegenheit zu aktiver Preispolitik verpasst worden. Es lohnt sich deshalb, einmal gründlicher in diese Materie einzudringen.

Ist es richtig, dass ein Verein mit Verlust verkauft, wenn er nicht eine Kostendeckung im Verkaufspreis erhält, die dem durchschnittlichen Spesensatz des Vereins bzw. seiner betreffenden Abteilung entspricht?

Die meisten Verwalter und Buchhalter unserer Vereine beantworten diese Frage mit einem überzeugten Ja. Trotzdem wage ich die Feststellung, dass eine solche Schlussfolgerung nicht richtig, sondern ein Trugschluss ist.

Nehmen wir einmal an, ein solches Preisproblem betreffe den Artikel Tomaten oder Zitronen oder sonst einen Artikel, der zu gewissen Zeiten bei den Hausfrauen besonders begehrt ist. Bei der Festsetzung des Verkaufspreises gilt es zu überlegen, ob der volle Zuschlag, in unserem Beispiel also 25 % vom Verkaufspreis des V. S. K. bzw. Ankaufspreis des Vereins, oder ein geringerer, in unserem Beispiel von 83,2 Rp. Ankauf auf 95 Rp. Verkauf = 14,2 %, angewendet werden soll. Schon bei dieser Ueberlegung müssen wir prüfen, ob es sich um Artikel handelt, die sich infolge starker Nachfrage rasch verkaufen, die, weil vielleicht schon verpackt oder verpackbar und rasch verkäuflich, sehr einfache und kurze Verkaufshandlungen im Laden erheischen, oder auch um Artikel, die nicht stark dem Verderb ausgesetzt sind. Bei der letzteren Ueberlegung kann es sich auch um Ware handeln, die eine gewisse Lagerdauer verträgt, oder aber auch um leicht verderbliche Ware, bei der aber das Risiko des Verderbs durch raschen Umschlag so gut wie ausgeschlossen wird. Es ist ganz klar, dass Artikel, in Griffnähe beim Ladentisch aufbewahrt, ganz anders kalkuliert werden können als Artikel, die aus dem Ladenmagazin, vielleicht sogar aus dem Keller geholt (Getränke), zugeschnitten (Käse, Wurstwaren usw.) oder abgefüllt (Essig, Oele, Wein usw.) und vielleicht auch mit besonderer Sorgfalt verpackt (Glas- und Geschirrwaren usw.) werden müssen. Bei beiden Artikelgruppen ist zwar der *Durchschnittsspesensatz gleich*, der tatsächliche Arbeitsaufwand und das Lagerrisiko und somit auch der *tatsächliche Spesensatz aber grundverschieden*. Und da stellt sich nun die Frage: «Ist bei einem gewissen Artikel der Durchschnittszuschlag von 25 % gerechtfertigt oder entspricht nicht der reduzierte Zuschlag von 14,2 % besser der innerbetrieblichen Wahrheit über die tatsächlichen Kostenverhältnisse?» Oder umgekehrt: «Ist der Durchschnittszuschlag von 25 % genügend oder ist zur Deckung der tatsächlichen Kosten plus Lager- und Verkaufsrisiken ein höherer Zuschlag erforderlich?» Diese Fragen stellen, heisst gleichzeitig auch die Forderung erheben nach

differenzierter Kalkulation.

Wohl gibt es manche Vereine, die eine differenzierte Kalkulation anwenden. Bei vielen liesse sie sich aber zweifellos noch verfeinern. Viele Vereine aber kleben immer noch zu sehr an den Durchschnittszuschlagsätzen, einerseits weil ihre Buchhaltung noch nicht in der Lage ist, genügend Grundlagen für eine differenzierte Kalkulation zu geben, anderseits aber leider auch aus einer gewissen Bequemlichkeit heraus. Es ist eben einfacher, den Durchschnittsspesensatz fast schablonenhaft anzuwenden, als durch das Mittel eines modernen kaufmännischen Rechnungswesens, verbunden mit einer richtigen Kostenüberwachung, die innerbetrieblichen Voraussetzungen zu schaffen für eine den betrieblichen Tatsachen möglichst entsprechende Kalkulation. Starre und allzusehr am Durchschnittsspesensatz hängende Kalkulation ist alles tötende Schablone und dürre Bürokratie; möglichst differenzierte und somit den jeweiligen Verhältnissen Rechnung tragende Kalkulation aber ist Leben, ist zielsichere Kaufmannsarbeit.

Setzen wir nun den Fall, um wieder auf unser Beispiel zurückzukommen, es werde ohne triftige Gründe (zum Beispiel Schutz vor vorzeitigem Ausverkauf usw.), sondern eben aus Bequemlichkeit oder aus Unbeweglichkeit oder aus Angst vor einem vermeintlichen Verlustgeschäft am Verkaufspreis von Fr. 1.04 festgehalten, obgleich die Konkurrenz einen Verkaufspreis von 95 Rp. anwendet. Was geschieht? Der Verein wird, wenn auch vielleicht nicht auf alle, so doch auf manche Verkäufe verzichten müssen. Nehmen wir an, es handle sich dabei wieder um Tomaten. Glaubt vielleicht jemand im Ernst, dass durch den Wenigerverkauf in Tomaten bei einem Verein die Betriebskosten reduziert werden könnten? Nein, sicher nicht!

Der reduzierte Preis von 95 Rp. ist noch kein eigentlicher Verlustpreis. Er gestattet nur nicht mehr das Einkalkulieren von Betriebskosten in einem Ausmass der Durchschnittskalkulation, wie das zum

Preise von Fr. 1.04 möglich war. An Stelle einer Kostendeckung im Verkaufspreis von 12 Rp. erhält der Verein noch eine solche von 5 Rp. Wie nun, wenn der Preis auf Fr. 1.04 belassen würde, dafür aber Verkäufe verloren gehen? Während der Verein beim Preis von 95 Rp. immer noch einen Kostenanteil von 5 Rp. vergütet erhält, geht ihm beim Verlust des Verkaufsgeschäftes diese Vergütung verloren. Diesen Verlust müssen alle anderen Artikel mittragen helfen, weil ja die Betriebskosten des Vereins, wie bereits erwähnt, wegen ein paar Verkäufen mehr oder weniger nicht reduziert werden können.

Daraus ergibt sich aber für unser Beispiel die zwingende Logik, dass ein Verkaufspreis von 95 Rp. mit entsprechenden Verkäufen für einen Verein noch kein Verlustpreis, sondern im Gegenteil immer noch besser ist als der Verkaufspreis von Fr. 1.04 mit wenig oder gar keinen Verkäufen.

Beim niedrigen Preis mit entsprechend mehr Verkäufen erhält ein Verein sicher einen grösseren Anteil an seine Betriebskosten bezahlt als beim höheren Preis mit entsprechend weniger oder gar keinen Verkäufen.

Nun kann aber ein Betrieb auf die Dauer nicht allein nach kalten Zahlenexempeln leben und bestehen. Das Leben setzt sich eben nicht nur aus Materie zusammen, sondern ebensosehr auch aus Geist. Somit müssen bei allen Preisentscheidungen auch psychologische Momente mit in Berücksichtigung gezogen werden. Dies erheischt hin und wieder Opfer. Diese Opfer lohnen sich, wenn dadurch alte Sympathien zu unserer Bewegung gefestigt und neue bei den Konsumenten gewonnen werden können. Diese Sympathien, in der Privatwirtschaft einfach Kundentreue oder «goodwill» genannt, sind immaterielle Werte, auf die niemand, also auch der V. S. K. und seine Vereine nicht, verzichten kann. Gerade weil aber dem so ist und weil V. S. K. und Vereine *ein* Ganzes bilden, müssen die Opfer, die für die Erhaltung und Vertiefung dieses «goodwill» gebracht werden müssen, auch in angemessener Weise von beiden, V. S. K. und Vereinen, getragen werden. P. S.

CO-OP CO-OP CO-OP

Der Absatz unserer Eigenprodukte ist nicht nur eine Frage des seitens der Mitglieder zum Ausdruck gebrachten Bedarfs, sondern zweifellos auch des Willens der leitenden Vereinsinstanzen zur konsequenten Anpreisung unserer Qualitätsprodukte. Eine feste Haltung der Verwaltung überträgt sich automatisch auf das Verkaufspersonal. Im folgenden Ausschnitt aus einem Inserat in der Tagespresse kommt eine erfreuliche Entschlossenheit des Verbandsvereins zum Ausdruck, den Eigenprodukten eine sichere Basis in der Mitgliedschaft zu schaffen:

Putzartikel		mit 8%	= netto
Stahlspäne **CO-OP**, mittel	Paket	—.47	—.43
Stahlspäne **CO-OP**, fein	Paket	—.50	—.46
Stahlwolle **CO-OP**, Nr. 1	Paket	—.75	—.69
Stahlwolle **CO-OP**, Nr. 2	Paket	—.65	—.60
Stahlwolle **CO-OP**, Nr. 4	Paket	—.60	—.55
Spänefix-Matten	Stück	1.65	1.52
Bodenwichse **CO-OP**, offen	½ kg	1.80	1.65½
Bodenwichse **CO-OP**	Büchse	2.30	2.11½
Marseillaner Seife **CO-OP** (200 Einh.)	Stück	—.95	—.87½
Kernseife **CO-OP** (200 Einh.)	Stück	1.02	—.94
Scheuerpulver **CO-OP**	Dose	—.42	—.38½

Initiative

Beobachten Sie die Konkurrenz! Betrachten Sie ihre Schaufenster und verfolgen Sie ihre Inserate! Leider kommt es vor, dass ein Verkäufer nicht genau weiss, was in den *Schaufenstern des eigenen Geschäftes* ausgestellt ist und keine Ahnung von den Inseraten, Werbebriefen und Prospekten des eigenen Geschäftes hat. *Ist das nicht eine unverzeihliche Schlamperei?*

Besuchen Sie regelmässig die Warenhäuser! Sehen Sie, was und wie dort verkauft wird. Es ist nicht ausgeschlossen, dass Sie dabei Ueberraschungen erleben, die Sie nachdenklich stimmen werden.

Verschaffen Sie sich die Kenntnis Ihres Lagerumschlages, vergleichen Sie ihn mit dem Vorjahr und suchen Sie in Erfahrung zu bringen, wie er in andern gleichartigen Betrieben Ihrer Branche aussieht! Der richtige Lagerumschlag ist lebenswichtig für die Prosperität eines Geschäftes. Nur ein prosperierendes Unternehmen kann Ihre Dienste so honorieren, wie Sie es wünschen.

Ersetzen Sie defekt gewordene oder defraichierte Preisetiketten! Eine schmutzige Preisetikette macht einen schlechten Eindruck und entwertet die Ware.

Lassen Sie die Bestände Ihres *Reservelagers* nicht aus den Augen!

Forschen Sie andauernd nach alten Waren!

Machen Sie sich einen Sport daraus, keine, aber auch gar keine alten Waren am Lager zu haben!

Machen Sie Vorschläge für Abschreibungen, wo es nötig ist! Waren, die man nicht mehr zum vollen Preis verkaufen kann, muss man rechtzeitig im Preis heruntersetzen.

Sorgen Sie für *gute, helle Beleuchtung* in den Verkaufsräumen! Das richtige Licht fördert den Verkauf. Anderseits muss hinter den Kulissen jede Lampe sofort ausgedreht werden, wenn man sie nicht mehr braucht. Heften Sie dort bei jedem Schalter eine Karte an die Wand mit dem Text:

«Bitte, helfen Sie uns Licht sparen!»

Wo noch keine *Personalbibliothek* vorhanden ist, machen Sie die Anregung, eine solche zu schaffen. Der Verkäufer, der keine Zeit hat, *Bücher und Fachzeitschriften* zu lesen, Vorträge und Kurse zu besuchen und überhaupt auch ausserhalb des Geschäftes an seiner Fortbildung und Ertüchtigung zu arbeiten, wird durch strebsamere Kollegen überholt und gerät ins Hintertreffen.

Machen Sie Vorschläge für *Demonstrationen!* Vielleicht im Schaufenster, vielleicht im Innern des Geschäftes, ausnahmsweise vielleicht auch einmal auswärts in einem gut gelegenen und geeigneten Vorführungslokal. Demonstrationen sind der beste Anschauungsunterricht über die Beschaffenheit, Verwendung und Behandlung irgendeiner Ware, besonders von Neuheiten, und begegnen immer dem Interesse der Kundschaft, oder wenigstens ihrer Neugier, was auch zum Ziel führen kann. Wenn sie richtig aufgezogen sind, sind Demonstrationen nachweisbar die besten Verkaufsförderer.

Ich wüsste keine Branche, in der es an der Möglichkeit zugkräftiger Demonstrationen fehlen würde.

Regen Sie Fabrikbesuche an! Wir können nie zu viel von der Ware wissen, die wir verkaufen sollen.

J. Zimmermann

«Verkaufen im Detailhandel»
Polygraphischer Verlag

Gutes leisten — auch in der Werbung!

UND IMMER WIEDER DIE RÜCKVERGÜTUNG!

Sicher ist die Rückvergütung eines der besten und wirksamsten Werbemittel unserer genossenschaftlichen Propaganda. Grundsätzlich sollte kein Inserat aufgegeben werden, das nicht an markanter Stelle einen Hinweis auf den Vorteil der Rückvergütung enthält. Diese Forderung leuchtet sofort ein, wenn wir uns überlegen, dass im Vergleich mit der Konkurrenz bei gleichen Preisen und gleicher Warenqualität nur die Rückvergütung zugunsten des genossenschaftlichen Angebotes spricht. Das kaufende Publikum, vorab aber die Hausfrauen, ist in diesen Zeiten der fortschreitenden Teuerung begreiflicherweise sehr materiell veranlagt. Man rechnet mit dem Rappen. Aus dieser Erwägung heraus drängt sich die Verwendung der Rückvergütung als zugkräftiges Werbemittel von selbst auf.

Aber nicht nur für die ausgesprochene *Warenpropaganda* lässt sich die Rückvergütung dienstbar machen; mit gleichem Erfolg können wir sie auch in der *ideologischen Propaganda* verwenden. Als exklusives genossenschaftliches Prinzip — von der privatwirtschaftlichen Konkurrenz schon oft nachgeahmt — hat sie in unserer Werbung überall dort Berechtigung, wo es notwendig ist, den Unterschied zwischen Konsumgenossenschaft und Privatunternehmen klar herauszuarbeiten.

Und zum dritten endlich liegt uns daran, einmal am *Beispiel* zu demonstrieren, wie die Rückvergütung als hervorragendes Argument zur Förderung der Bezugstreue und zur Vertiefung des Kontaktes zwischen Mitgliedschaft und Organisation gehandhabt werden kann. Wo die Bezugstreue zu wünschen übrig lässt, da fehlt es entweder an der Leistungsfähigkeit der Konsumgenossenschaft oder dann eben am Kontakt.

Grosse Konsumgenossenschaften, besonders in Städten, sind dauernd der Gefahr ausgesetzt, die Verbindung mit der Mitgliedschaft zu verlieren. Es ist das an und für sich eine natürliche und begreifliche Erscheinung, denn der Konsument wird tagtäglich in seinem Denken und Handeln von so mannigfachen Faktoren beeinflusst (wir erinnern nur an die gewaltige Reklame etwa der Warenhäuser), dass seine genossenschaftliche Treue von Stunde zu Stunde immer neu auf die Probe gestellt wird. Demgegenüber steht die leider bedauerliche Tatsache, dass grosse und umfangreiche Konsumgenossenschaften unter dem Zwange der Verhältnisse der Mitgliederbetreuung oft nicht jene Aufmerksamkeit schenken können, die dieses wichtige Gebiet wahrhaftig verdient.

Es genügt nicht, wenn man einmal im Jahre die Mitglieder zu einer Film- oder Theatervorstellung einlädt oder gelegentlich eine Verbilligungsaktion unternimmt.

Die gegenwärtigen Zeiten, die sich durch immer stärkere Aktivierung des «Kampfes um den Kunden» kennzeichnen, verlangen auch von den Genossenschaften in dieser Beziehung grössere Leistungen.

Der Allgemeine Consumverein beider Basel kennt diese Probleme ebenfalls und hat sie dauernd neu zu lösen. Seine Leitung weiss glücklicherweise, welche *fundamentale Bedeutung der Verbundenheit zwischen Mitgliedschaft und Organisation* zukommt, und sie bemüht sich, die Bezugstreue der Mitglieder zu fördern, indem sie den Kontakt mit ihnen zu verstärken sucht. Neben bewährten anderen Mitteln steht eben die Propagierung der Rückvergütung im Vordergrunde.

Da auf diesem Gebiete dem materiellen Denken des kaufenden Publikums Rechnung getragen werden muss und zum andern nur die Ausdauer und Beharrlichkeit in der Werbung wirklich zum Erfolg führen können, wurde eine Serie von Inseraten geschaffen, die seit März dieses Jahres jeweils am Montag im städtischen Anzeigenblatt «Der Baslerstab» immer an gleicher Stelle laufend publiziert werden. Die Inserate zeigen als unveränderliches Sujet zwei einkaufende Frauen im Gespräche und die Schlagzeile

«Nur im Konsum gibt's Rückvergütung».

Die verbindende Brücke wird durch einen kurzen Text geschaffen, und eben diese paar Zeilen machen immer wieder auf die Vorteile der genossenschaftlichen Bezugstreue aufmerksam. Durch den gleichmässigen Publikationsrhythmus, verbunden mit unveränderlicher Plazierung, werden die Inserate beachtet und demzufolge auch gelesen. Wir bilden uns keineswegs ein, dass diese Inserate allein die Bezugstreue zu fördern vermöchten. Sie bilden aber im Verein mit anderen

Massnahmen ein wesentliches Mittel, dieses Ziel zu erreichen. In diesem Zusammenhange darf nicht vergessen werden, dass der ACV beider Basel ebenfalls im vergangenen Frühjahre durch widrige Zeitumstände (Verkäuferinnenmangel usw.) gezwungen wurde, jeweils am Mittwochnachmittag sämtliche Warenläden zu schliessen. Es ist einleuchtend, dass diese Publikationen ebenfalls mithelfen, der Gefahr zu steuern, dass die Mitglieder ihren Bedarf anderswo decken.

Und nun einige Texte:

Der eigene Laden

wird von klug denkenden Hausfrauen rechtens bevorzugt. Warum auch sein gutes Geld in Geschäfte bringen, mit denen man keine näheren Beziehungen hat? Die Läden und Kaufhäuser des ACV sind Eigentum der über 70 000 Mitglieder. Wer seinen Bedarf dort deckt, sichert sich den grössten Nutzen, denn

nur im Konsum gibt's Rückvergütung.

Ueber sechs Millionen

wurden im März an die ACV-Mitglieder rückvergütet. Kein anderes Unternehmen ist auch nur annähernd in der Lage, den Konsumenten einen derartigen Vorteil zu bieten. Dafür ist der ACV eben eine Genossenschaft, und wer dieser Genossenschaft durch konsequentes Einkaufen die Treue hält, erspart sich so bis Ende eines Jahres eine schöne Summe Geld.

Nur im Konsum gibt's Rückvergütung.

Schon regt sich der Neid!

Aber nicht doch, warum auch neidig sein, wenn die Nachbarin mehr Rückvergütung ausbezahlt bekommt? Besser ist es, ihr nachzueifern, eine treue Genossenschafterin zu werden und seinen Bedarf in den eigenen Läden und Kaufhäusern zu decken. Der Entgelt dafür wird nicht ausbleiben, denn

nur im Konsum gibt's Rückvergütung.

Man muss sich

nach der Decke strecken! — sagt ein alter Spruch. Er ist den Hausfrauen nicht unbekannt, denn ihnen obliegt die Aufgabe, das Familienbudget im Gleichgewicht zu halten. Zehntausende von Hausfrauen decken ihren täglichen Bedarf im ACV, denn sie wissen genau,

nur im Konsum gibt's Rückvergütung.

In dieser Art sind sämtliche Inserate abgefasst. In ihrer Gesamtheit bilden sie ein wertvolles Verbindungsmittel zwischen Mitgliedschaft und Organisation, und als zugkräftigstes Argument verwenden sie eben einmal mehr die Rückvergütung! ***

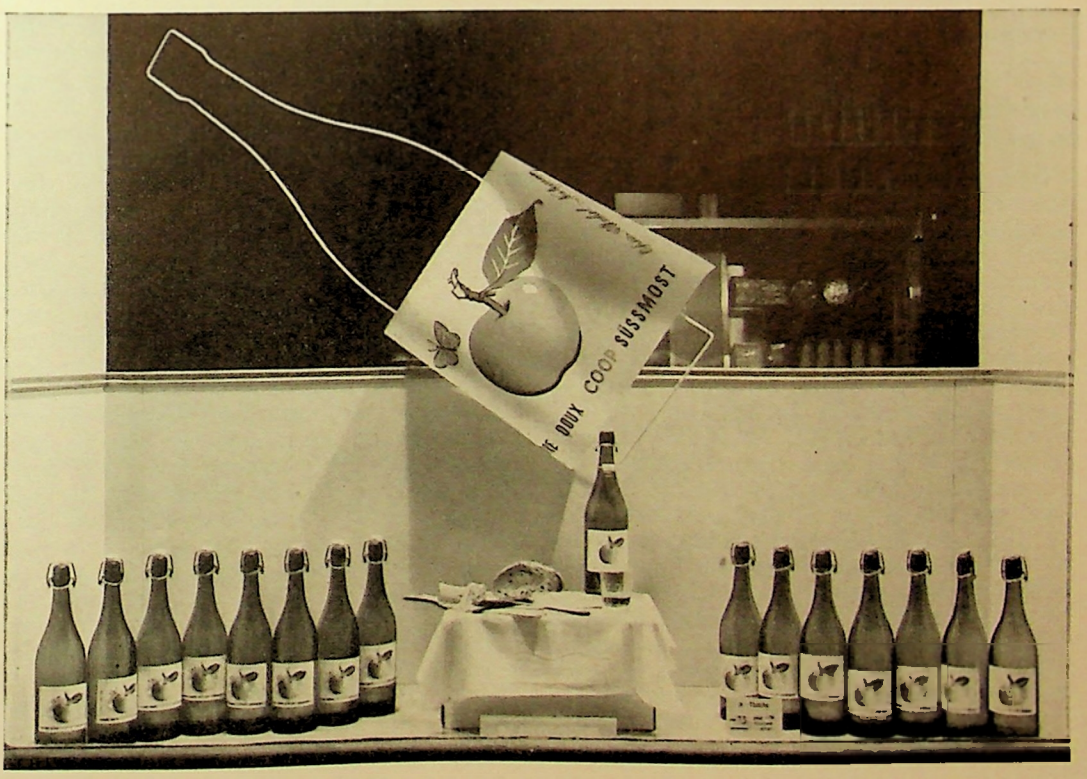
*

* *Der Erfolg stellt sich erst ein, und zwar ganz deutlich, wenn man zu einer konstanten, ausdauernden und planmässigen Werbung übergeht. Wir dürfen nie vergessen, dass das Inserat, das uns bereits zum Halse heraushängt, vom Publikum noch kaum bemerkt wurde. Propaganda ist notwendig, das gute Produkt allein genügt nicht.*

Unsere Schaufenster sollen genossenschaftlich sein

* Ein Verein teilte uns mit, dass er die Erstellung seiner Schaufenster einem Dekorateur auf dem Platze im Abonnement übergeben habe. Wie wir erfuhren, steht der betreffende Dekorateur in Verbindung mit einer Reihe von Markenartikel-Firmen. Er dekoriert somit allmonatlich die Schaufenster des betreffenden Konsumvereins mit diesen Markenartikeln. Die Verwaltung des Vereins setzte noch zur Bedingung, dass in gewissen Abständen hie und da ein Co-op Plakat ins Schaufenster kommt.

Dieser Verein hat der eigentlichen Aufgabe eines genossenschaftlichen Schaufensters wohl nicht genügend Beachtung geschenkt. Genossenschaftsschaufenster sind vorwiegend für unsere Genossenschaftsprodukte zu reservieren! Wenn er — was gewiss erfreulich ist — fachmännische Unterstützung sucht, so wird er sie bei der Dekorationsabteilung des V. S. K. finden. — Nur wer die Aufgaben unserer Bewegung kennt, wird die Schaufenster unserer Läden richtig gestalten können. Jede Vereinsverwaltung möge deshalb ein waches Auge darauf haben, dass unsere Schaufenster ganz im Dienste der Genossenschaft und ihrer Produkte stehen. Mit wenig Mitteln können wir sehr gute Fenster erreichen.



Ein anmächeliges Schaufenster in Winterthur

Kurze Nachrichten

Die Entwicklung der Weltmarktpreise der wichtigsten Güter zeigt im allgemeinen ein deutliches Beibehalten der Haussetendenz. Ganz eindeutig ist die Hausse auf dem Getreidemarkt. Es wird bald so weit sein, dass die überhöhten argentinischen Preise wieder konkurrenzfähig werden. Argentinien hat übrigens bereits gewisse Konzessionen gemacht. Die argentinische Position wird dadurch noch begünstigt, dass in den USA die Maisernte besonders knapp ausfällt. Auch übrige wichtige Nahrungsmittel werden zumindest noch eine relativ feste Haltung bewahren, da sie von den Importrestriktionen der dollararmen Länder am wenigsten betroffen werden. Kaffee und Kakao sind in dieser Beziehung empfindlicher, doch zeigt sich auch hier infolge grosser amerikanischer Käufe und teilweise schlechter Ernten im Moment keine Baissetendenz. *Bei Textilien ist das Bild uneinheitlicher.* Baumwolle ist eher schwach. Hingegen sind Preisauftriebstendenzen bei Wolle anhaltend. Der *Metallmarkt* zeichnet sich in letzter Zeit allgemein durch Stabilität aus. Der vor kurzem beobachtete Preisdruck bei Kupfer hat wieder aufgehört. Die beinahe in allen wichtigen Produktionszentren *erhöhten Kohlenpreise*, die einen Stahlpreisaufschlag zur Folge gehabt haben, werden sich allmählich in den Fertigprodukten auswirken (höhere Automobilpreise usw.). Im übrigen werden die Weltmarktpreise, die in den meisten Fällen mit amerikanischen Preisen gleichgesetzt werden können, stark von der Entwicklung der neuen amerikanischen Nachkriegshilfe abhängen. (Schweiz. Wirtschafts-Kurier.)

Keine amerikanische Brotgetreidezuteilung für den November. Das amerikanische Landwirtschaftsdepartement hat für den Monat November die Brotgetreidezuteilungen für den Export stark reduziert — auf 29,5 Millionen Bushels (für den Oktober 45,7 Millionen Bushels). Dabei ist offenbar der Schweiz überhaupt keine Zuteilung gemacht worden. Wie die «United Press» berichtet, begab sich jedenfalls der schweizerische Getreideexperte in den Vereinigten Staaten, Werner Fuchs, auf das Landwirtschaftsdepartement, um sich zu erkundigen, weshalb die Schweiz bei den Brotgetreidezuteilungen für den Monat November übergangen worden sei trotz des dringenden schweizerischen Bedarfes. Ein amerikanischer Beamter erklärte der «United Press» gegenüber, bei diesen Zuteilungen müssten in erster Linie solche Länder berücksichtigt werden, die nicht nur Brotgetreide notwendig hätten, sondern auch nur geringe Dollarreserven besässen. Die Schweiz besitze aber grosse Währungsreserven und solle darum versuchen, Käufe in anderen Staaten zu machen, selbst wenn sie dabei einen höheren Preis zu bezahlen hätte. (NZZ)

Rechtswesen und Gesetzgebung

Ausgleichssteuerpflicht bei Sozialleistungen an das eigene Personal

Eine der Ausgleichsteuer im Sinne von Artikel 11, Absatz 4, lit. b, des bezüglichen Bundesbeschlusses (AStB) unterliegende allgemeine Konsumgenossenschaft beanspruchte in ihrer Abrechnung für das Steuerjahr 1942 die Herabsetzung der Steuer um einen Viertel, weil ihre Sozialleistungen an das eigene Personal im vorgängigen Jahre mehr als 5% der Lohnsumme betrugen. Nach der Praxis der Eidgenössischen Steuerverwaltung (EStV) wird die Steuerermässigung nicht in allen Fällen, wo die Voraussetzung von Artikel 11, Absatz 4, lit. b, des AStB erfüllt ist, in der zulässigen Maximalhöhe (Ueberschuss der Sozialleistungen über 5% der Lohnsumme bzw. ein Viertel der Steuer) gewährt, sondern nach der Höhe der Sozialleistungen abgestuft. Gestützt auf diese Praxis hat die EStV die Ausgleichsteuer der betreffenden Konsumgenossenschaft für 1942 um 13,3 Prozent herabgesetzt, weil die Sozialleistungen 1941 7,3% der Lohnsumme ausmachten. Dagegen erhob die Konsumgenossenschaft Einsprache, weil die von der EStV aufgestellte Skala gesetzwidrig und willkürlich sei, wurde jedoch abgewiesen. In einer verwaltungsgerichtlichen Beschwerde an das *Bundesgericht* machte die Rekurrentin daraufhin speziell noch geltend, die Steuer sei offensichtlich auch unrichtig berechnet. Die *Verwaltungsrechtliche Kammer* hat daraufhin in teilweiser Gutheissung der Beschwerde die Ausgleichsteuer auf 19% festgesetzt. Artikel 11, Absatz 4, des AStB umschreibt einerseits die Voraussetzungen, unter denen eine Ermässigung der Ausgleichsteuer gewährt werden kann. Litera b speziell begrenzt die Herabsetzung auf höchstens einen Viertel der Steuersumme, zudem auf den Betrag des Ueberschusses der Sozialleistungen über 5% der Lohnsumme. Diese Bestimmungen sind als Höchstgrenze gefasst, nämlich die Steuer kann «um höchstens einen Viertel herabgesetzt werden», bzw. «darf auf keinen Fall um mehr als den Betrag dieses Ueberschusses ermässigt werden». Dies ist absolut eindeutig und schliesst die Auslegung aus, wonach die Herabsetzung in allen Fällen, wo eine der Voraussetzungen erfüllt ist, einen Viertel betragen müsse, denn dann hätte das Wort «höchstens» gar keinen Sinn. Artikel 11 gibt somit seinem Wortlaut nach dem Steuerpflichtigen nicht einen genau abgegrenzten Anspruch auf Herabsetzung seiner Steuerleistung, sondern sagt nur unter welchen Voraussetzungen er eine Ermässigung beanspruchen und welches Höchstmass dieselbe erreichen kann. Innert diesem Rahmen ist die genaue Festsetzung in das Ermessen der EStV gestellt. Dieses Ergebnis der grammatikalischen Auslegung wird auch bestätigt, wenn der Zweck der Bestimmung berücksichtigt wird, das ist die Begünstigung der sozial vorbildlichen Arbeitgeber. Der Artikel 11, Absatz 4, lit. b, des AStB will offenbar den Arbeitgeber nicht nur zu Sozialleistungen von genau 5% der Lohnsumme, sondern zu möglichst hohen Leistungen anregen, dafür prämiieren, wie sich es gleichermassen aus den Gesetzesmaterialien ergibt. Die gesetzlichen Voraussetzungen werden von der für das Mass der Herabsetzung von der EStV aufgestellten Skala (neue Ordnung für 1946) nicht berührt, denn sie betrifft lediglich das Mass der Herabsetzung innerhalb des gesetzlichen Rahmens. Durch Aufstellung einer allgemeinen Richtlinie hiefür handelte die EStV weder gesetzwidrig noch greift sie in die Kompetenz des Gesetzgebers ein. Willkür lag diesbezüglich daher nicht vor. Dagegen kritisierte die Rekurrentin auch den Inhalt der aufgestellten Skala, da die Höhe der bezahlten Löhne selbst nicht berücksichtigt werde. In dieser Hinsicht war die Skala dagegen zu beanstanden, da sie die Herabsetzung im gesetzlichen Maximalbetrage von einem Viertel nur denjenigen Steuerpflichtigen gewährt, deren Sozialleistungen 18% (bis 1942 20%) der Lohnsumme übersteigen. Denn damit wird der Abzug in dieser Höhe zu einer seltenen Ausnahme und auf Fälle beschränkt, bei denen offensichtlich besondere Verhältnisse vorliegen. Unternehmungen, deren Sozialleistungen sich in dem Rahmen bewegen, der nach den Erfahrungen als Norm erscheint, werden dadurch aber von vornherein ausgeschlossen (die Sozialleistungen in 82% aller Fälle machen 5 bis 11% der Lohnsumme aus). Wenn aber das Gesetz eine Herabsetzung bis zu 20% vorsieht, so bedeutet das, dass der Höchstbetrag der Herabsetzung auch gewährt werden muss. Eine anderslautende Skala wird offensichtlich der Anordnung im Gesetze nicht gerecht. Da die Verwaltungsbehörde diese aber seit ihrer Herabsetzungspraxis zugrunde legt, verletzt sie damit den Rahmen des ihr eingeräumten Ermessens. Sie hat die Skala innerhalb derjenigen Fälle anzulegen, die als Norm erscheinen, und Einzelfälle, die diesen Rahmen überschreiten, unberücksichtigt zu lassen.

Dieses Erfordernis enthält die Skala für 1946, die darum auf den vorliegenden Fall Anwendung finden muss, was die Herabsetzung der Ausgleichsteuer der Rekurrentin um 19% rechtfertigt. cave.

Versammlungskalender

5. Oktober 1947

Kreis IV: Herbstkonferenz: Beginn 8.45 Uhr, Gemeindesaal in Gerlafingen.

Kreis VII: Herbstkonferenz: Beginn 9 Uhr, Hotel «Bahnhof» in Dübendorf.

Kreis VIII: Herbstkonferenz: Beginn 9.30 Uhr, Kasino-Saalbau, Poststrasse 9, Herisau.

KREIS IIIa (Kreisverband bernischer Konsumvereine)

Einladung zur ordentlichen Herbstkonferenz

auf Sonntag, den 19. Oktober 1947, vormittags 10.15 Uhr, im Hotel «Sonne» in Herzogenbuchsee

TRAKTANDEN:

1. Protokoll der ordentlichen Frühjahrskonferenz vom 18. Mai 1947 in Kerzers.
2. Mitteilungen des Kreisvorstandes.
3. Beschlussfassung betr. Propagandainserate.
4. Zusammenarbeit zwischen V. S. K. und Verbandsvereinen.
   Referent: Herr Hans Rudin, Direktor V. S. K.
5. Bestimmung des Ortes der ordentlichen Frühjahrskonferenz 1948.
6. Allfälliges.

Wir erwarten zahlreiche Beteiligung seitens unserer Kreisvereine.

Für den Kreisvorstand IIIa,

Der Präsident: *H. Althaus*
Der Sekretär: *J. Rich*

KREIS VI (Urkantone, Luzern und Zug)

Einladung zur Herbstkonferenz

auf Sonntag, den 19. Oktober 1947, vormittags 9.15 Uhr, im Hotel Bahnhof in Giswil

TRAKTANDEN:

1. Appell.
2. Protokoll der Frühjahrskonferenz in Weggis.
3. Mitteilungen des Kreisvorstandes.
4. Geschäfte des Verbandes:
   Referat von Herrn Direktor Barbier, V. S. K., über «Zusammenarbeit zwischen V. S. K. und Verbandsvereinen».
5. Wintertätigkeit.
6. Bestimmung des nächsten Konferenzortes.
7. Allgemeines.

Der Kreisvorstand erwartet vollzählige Beteiligung der Kreisvereine und entbietet

Namens des Kreisvorstandes VI des V. S. K.,

Der Präsident: *P. Leutenegger*
Der Aktuar: *J. Renggli*

KREIS IXa (Glarus, Linthgebiet und St.-Galler Oberland)

Einladung zur Herbstkonferenz

Sonntag, den 19. Oktober 1947, vormittags 10.00 Uhr, im Hotel Bahnhof in Linthal

TRAKTANDEN:

1. Appell und Wahl der Stimmenzähler.
2. Zusammenarbeit zwischen V. S. K. und Verbandsvereinen. Referent: Dr. M. Weber, Präsident der Direktion des V. S. K.
3. Diskussion.
4. Ueberblick über die Revisionsberichte.
5. Allfälliges.

Gemeinsames Mittagessen zirka 13 Uhr im Versammlungslokal. Die Anmeldung der Teilnehmerzahl hat bis am 18. Oktober 1947 an den Konsumverein Ennetlinth, Linthal, zu erfolgen.

Der Vorstand erwartet recht zahlreichen Besuch.

Namens des Kreisvorstandes IXa,

Der Präsident: *Rud. Störi*
Der Aktuar: *A. Bachofen*

ANBAUWERK AARG. KONSUMGENOSSENSCHAFTEN

Genossenschaftliches Pflanzwerk der aargauischen Konsumvereine in Ittenthal

Einladung zur Liquidationsversammlung

auf Sonntag, den 12. Oktober 1947, 13.30 Uhr, im Restaurant «Ochsen» in Lenzburg

TRAKTANDEN:

1. Protokoll der letzten Vorständekonferenz.
2. Bericht über die Anbautätigkeit im Jahre 1946.
3. Genehmigung von Jahresbericht und Rechnung pro 1946/47.
4. Entlastung der verantwortlichen Organe und Genehmigung der Liquidation.
5. Verschiedenes.

Die Liquidationsversammlung erfolgt im Anschluss an die Herbstkreiskonferenz. Wir erwarten zahlreiche Beteiligung.

Im Namen der Anbaukommission des Kreisverbandes V des V. S. K.,

Der Präsident: *F. Bolliger*
Der Aktuar: *A. Herrmann*

Verein schweiz. Konsumverwalter

Jahresbeitrag pro 1947

Mit Zirkular im April 1947 ist mitgeteilt worden, dass die Jahresbeiträge inskünftig durch die Genossenschaftliche Zentralbank belastet werden. Für diejenigen Mitglieder, welche gegen diese Mitteilung keine Einsprache erhoben haben, wird in den nächsten Tagen die Belastung auf Kontokorrent des betreffenden Vereins erfolgen. Die Zentralbank wird keine besonderen Belastungsanzeigen zustellen. Der Beitrag beträgt **Fr. 10.—**.

Der Kassier: **H. Suter.**

Arbeitsmarkt

Angebot

Die Konsumgenossenschaft Trogen-Wald-Speicher sucht auf 1. Juli 1948 tüchtiges **Verkäuferehepaar** zur Führung der Filiale in Trogen mit einem Umsatz von zirka 250 000 Fr. Bewerber mit guter kaufmännischer Bildung, gründlichen Kenntnissen der Lebensmittelbranche (Lebensmittel, Haushaltartikel und Schuhe), guten Umgangsformen und wenn möglich Sprachenkenntnissen wollen spätestens bis 15. Oktober ihre schriftliche Offerte mit Zeugniskopien, Referenzen und Photo einreichen an P. Clavadetscher, Präsident der KG Trogen-Wald-Speicher in Trogen.

Grössere Konsumgenossenschaft in der Ostschweiz sucht jüngeren, bestausgewiesenen **Buchhalter.** Bewerber, wenn möglich mit Praxis in einer Konsumgenossenschaft, wollen ihre Offerte mit Lebenslauf, nebst Beilage von Zeugnisabschriften, Photo, Referenzen und Gehaltsansprüchen unter Chiffre L. F. 149 an die Redaktionskanzlei des V. S. K., Basel 2, einreichen.

Mittelgrosse Konsumgenossenschaft sucht zur Entlastung des Geschäftsführers initiativen, branchekundigen **Mitarbeiter,** der speziell die Kontrolle der Filialen und die Instruktion des Verkaufspersonals zu übernehmen hätte. Handgeschriebene Offerten mit Zeugnisabschriften, Photographie und Angabe der Gehaltsansprüche sind zu richten unter Chiffre K. G. 417 an die Redaktionskanzlei des V. S. K., Basel 2.

Wir suchen zu baldigem Eintritt einen jüngeren, intelligenten **Buchhalter.** Bewerber müssen eine gründliche kaufmännische Bildung haben und fähig sein, das Rechnungswesen einer grösseren Konsumgenossenschaft selbständig zu führen. Kenntnisse des genossenschaftlichen Detailhandels sind ebenfalls erwünscht. Wir bieten geeigneten Bewerbern eine interessante, selbständige und gutbezahlte Dauerstellung mit Pensionsberechtigung. Bewerbung mit Zeugnis, Referenzen und Photo sind an die Verwaltung der Konsumgenossenschaft Brugg-Windisch in Brugg zu richten.

Nachfrage

Junger, verheirateter Mann sucht entwicklungsfähige Stelle in Magazin, Ladenkontrolle oder dergleichen. Es käme auch **Depothalterstelle** in Frage, da langjähriger Konsumfilialleiter-Verkäufer und seine Ehefrau tüchtige Konsumverkäuferin. Suchender besitzt gründliche Kenntnisse in der Lebensmittelbranche, gute Umgangsformen und ist mit dem Bestell- und Genossenschaftswesen bestens vertraut. Es kommt nur entwicklungsfähige Dauerstelle in Frage. Offerten unter Chiffre L. G. 142 an die Redaktionskanzlei des V. S. K., Basel 2.

Junger, tüchtiger Bursche sucht Stelle als **Chauffeur** und **Magaziner.** Offerten unter Chiffre F. K. 146 an die Redaktionskanzlei des V. S. K., Basel 2.

WO ISST MAN GUT IN BASEL?

Verbandsdirektion

AHV-Kasse

Im Anschluss an unsere Mitteilung im «Bulletin» Nr. 167 vom 6. September 1947 geben wir hiermit bekannt, dass der Zirkulationsbeschluss über die Gründung einer eigenen Ausgleichskasse der Eidg. Alters- und Hinterlassenenversicherung zustandegekommen ist. Die Abstimmung der Verbandsvereine über den Beschluss des Verwaltungsrates, im Rahmen des V. S. K. für den V. S. K. sowie sämtliche Zweckgenossenschaften und Verbandsvereine im Sinne des Bundesgesetzes über die AHV eine Ausgleichskasse zu gründen, hat gemäss öffentlicher Urkunde vom 25. September 1947 folgendes erfreuliches Resultat ergeben:

506 gültige Stimmzettel mit 1084 gültigen Stimmen verteilen sich auf

Ja: 473 Stimmzettel, 1031 Stimmen,
Nein: 30 Stimmzettel, 50 Stimmen,
Enthaltungen: 3 Stimmzettel, 3 Stimmen.

10 Stimmzettel mit 53 Stimmen sind als ungültig erklärt worden, eine Anzahl weiterer Stimmzettel sind verspätet eingetroffen.

Bei 1084 abgegebenen gültigen Stimmen beträgt die im Bundesgesetz über die AHV für das Zustandekommen eines Beschlusses über die Errichtung einer Verbandsausgleichskasse verlangte Mehrheit von drei Vierteln der abgegebenen Stimmen 813. Diese Mehrheit ist somit erreicht.

Die Verbandsdirektion wird nun die definitive Anmeldung beim Bundesamt für Sozialversicherung vornehmen und die Verbandsvereine über das weitere Vorgehen jeweilen auf dem Laufenden halten.

INHALT: *Seite*

Der Stand der Kleinhandelspreise in den Schweizer Städten am 1. September 1947 597
Der Milchpreis springt um 4 Rappen nach oben . . . 601
Schweizerischer Verband sozialer Baubetriebe . . . 601
Die Preisentwicklung bei den Textilien 602
Die wichtigsten genossenschaftlichen Grundsätze und ihre praktische Bedeutung in der Gegenwart 602
«Heidi» 603
«Um eines kleinen Vorteils willen» 603
Sich modern und preiswert beim ACV beider Basel kleiden 604
Spekulationsfieber im Detailhandel 604
Anfechtungen gegen die amerikanischen Konsumgenossenschaften 604
Die Zurückführung der privatisierten konsumgenossenschaftlichen Verteilungsstellen in Deutschland . . 605
Fortschrittliche Kalkulation 606
Co-op, Co-op, Co-op 607
Initiative 607
Gutes leisten — auch in der Werbung! 608
Kurze Nachrichten 610
Ausgleichssteuerpflicht bei Sozialleistungen an das eigene Personal 610
Versammlungskalender 611
Kreis IIIa: Einladung zur ordentlichen Herbstkonferenz . 611
Kreis VI: Einladung zur Herbstkonferenz 611
Kreis IXa: Einladung zur Herbstkonferenz 611
Anbauwerk aarg. Konsumgenossenschaften: Einladung zur Liquidationsversammlung 611
Verein schweiz. Konsumverwalter: Jahresbeitrag pro 1947 611
Arbeitsmarkt 612
Verbandsdirektion 612